



**Karine Mendes
Sarmiento**

**Planeamento e Políticas Públicas do Sector do
Turismo em João Pessoa**



**Karine Mendes
Sarmiento**

**Planeamento e Políticas Públicas do Sector do
Turismo em João Pessoa**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação científica do Doutor Carlos Manuel Martins da Costa, Professor Associado com Agregação do Departamento de Economia Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro.

o júri

Presidente

Prof^a. Doutora Zélia Maria de Jesus Breda

professor a auxiliar convidada do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro

Prof. Doutor Carlos José de Oliveira e Silva Rodrigues

professor auxiliar do Departamento de Ciências Sociais, Políticas e do Território da Universidade de Aveiro

Prof. Doutor Carlos Manuel Martins da Costa

professor associado com agregação do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro

agradecimentos

Ao chegar no fim de mais esta etapa de minha vida, há um misto de sentimentos, entre eles alívio e satisfação. Fazendo uma retrospectiva de tudo o que vivi para alcançar esta vitória, foram muitas pedras pelo caminho, porém o melhor de tudo é olhar para trás e ver que consegui superá-las.

Agradeço a Deus, por me dar forças nos momentos mais difíceis.

Assim, meu agradecimento é primeiramente a meus pais e minha família. Meus pais que são meu porto seguro, que sempre acreditaram, e sem medo de errar depositaram em mim toda a confiança para tornar nosso sonho real.

Agradeço aos que fizeram parte desta jornada, a família Pohren, meus amigos, e pessoas que conheci em Aveiro, em especial Natalia, Emily, Valeska, Maria Clara, Bruna e Mariana, enfim, que fizeram parte da minha vida nesses últimos três anos em Portugal. Aos meus colegas de turma, que nunca esquecerei e em especial Sara e Stefanie. Também não poderia deixar de citar Mateus Sarmento, Kalyna e Patrícia.

E claro, ao apoio e incentivo a mim dispensado pelo meu orientador Prof. Dr. Carlos Costa que acreditou em meu trabalho e me possibilitou seguir em frente, e em especial a Universidade de Aveiro.

Enfim, neste momento, agradeço imensamente a todos os que fizeram parte desta etapa da minha vida. Todos os que acreditaram ser possível enquanto tudo não passava de um sonho distante.

Obrigada !

palavras-chave

Turismo; Planeamento; Políticas Públicas

resumo

Para o desenvolvimento da actividade turística o planeamento tornou-se um instrumento de apoio essencial. Desta forma, o planeamento consiste em realizar diagnósticos de modo a minimizar os impactos negativos e ampliar os impactos positivos. No caso do Brasil e da cidade de João Pessoa, as políticas públicas interferem directamente no planeamento da actividade turística. Apesar da nova realidade brasileira onde o turismo é considerado prioritário, algumas regiões não conseguiram obter o crescimento esperado.

keywords

Tourism; Planning; Public politics

abstract

For the development of tourist activity planning has become an instrument of essential support. In this way, the planning is to diagnostic so as to minimize the negative impacts and expand the positive impacts. In the case of Brazil and the city of João Pessoa, public policies work directly in the planning of the touristc activity. Despite the new Brazilian reality where tourism is considered a priority, some regions could not obtain a growth expected.

Índice de Conteúdos

Índice de Conteúdos	I
Índice de Tabelas e Gráficos	IV
Índice de Mapas e Figuras	V
Lista de Abreviaturas	VII
1. Introdução	01
2. Evolução Histórica do Turismo	
2.1. Introdução	05
2.2. Evolução Histórica do Turismo	06
2.3. Evolução Histórica do Turismo no Brasil	10
2.4. Conclusão	12
3. Brasil e Nordeste	
3.1. Introdução	15
3.2. O Discurso do Turismo	16
3.3. Caracterização do Brasil	19
3.3.1. Região Nordeste	22
3.4. Conclusão	26

4. Planeamento	
4.1. Introdução	27
4.2. Planeamento	28
4.2.1. Planeamento Estratégico	30
4.2.2. Planeamento Tático	31
4.2.3. Planeamento Operacional	32
4.3. Fases do Planeamento	35
4.4. Planeamento e Turismo	40
4.5. Desenvolvimento do Planeamento e das Políticas Públicas de Turismo no Brasil	44
4.6. Sistema de Planeamento e Políticas Públicas de Turismo no Brasil	47
4.7. Conclusão	50
5. Metodologia Científica	
5.1. Introdução	53
5.2. Métodos de Investigação Científica	55
5.3. Problemas e Objectivos da Investigação	57
5.4. Selecção do Método de Investigação	59
5.4.1. Desenvolvimento do Referencial Teórico	59
5.4.2. Recolha de Dados e Análise Documental	60
5.4.3. Investigação das Políticas Públicas de Turismo	62
5.4.4. Teoria <i>versus</i> Prática	63
5.5. Conclusão	64
6. Realização do Planeamento em Políticas Públicas de Turismo no Brasil	
6.1. Introdução	65
6.2. Planeamento e Políticas Públicas Realizadas no Brasil	66
6.2.1. Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT	70

6.2.2. PRODETUR/NE – Programa de Acção para o Desenvolvimento do Nordeste	72
6.2.3. Plano Nacional de Turismo – PNT	74
6.2.3.1. Plano Nacional de Turismo 2003/2007	75
6.2.3.2. Plano Nacional de Turismo 2007/2010	82
6.2.3.3. Programa Nacional de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil	96
6.2.3.4. 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional	101
6.3. Conclusão	103
7. Turismo na Paraíba	
7.1. Introdução	105
7.2. Caracterização da Paraíba	106
7.3. Desenvolvimento Histórico do Planeamento Turístico na Paraíba	107
7.4. Turismo na Paraíba	111
7.4.1. Actuação do PRODETUR – NE I e II na Paraíba	112
7.4.2. Complexo Turístico Costa do Sol	116
7.4.3. Plano Amanhecer	117
7.5. Município de João Pessoa	119
7.5.1. Pontos Turísticos mais Visitados da Região Metropolitana de João Pessoa	131
7.3. Crescimento Percebido do Sector Turístico de João Pessoa	127
7.6. Conclusão	140
8. Conclusão Final	143
9. Referências Bibliográficas	147

Índice de Tabelas

Tabela 1: Receita Cambial Turística do Brasil 2003-2010	88
Tabela 2: Ranking dos Eventos Internacionais 2009	95
Tabela 3: Principais Pontos Turísticos da Região Metropolitana de João Pessoa	121
Tabela 4: Cenário da Actividade Turística no Estado da Paraíba	127
Tabela 5: Movimento Operacional de Passageiros Domésticos no Aeroporto Internacional Castro Pinto em João Pessoa – PB Biénio 2009-2010	129
Tabela 6: Número de Meios de Hospedagem na Cidade de João Pessoa – Março/2011	133
Tabela 7: Resultado Geral no Brasil nas Capitais e em João Pessoa 2010	138

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Praias mais Visitadas da Região Metropolitana de João Pessoa	125
Gráfico 2: Género; Faixa Etária; Escolaridade	128
Gráfico 3: Procedência do Turista (Por Região); Procedência do Turista por Estado (Por Região)	129
Gráfico 4: Meio de Transporte	130
Gráfico 5: Com quem está Viajando	130
Gráfico 6: Motivo da Viagem	131
Gráfico 7: Sazonalidade do Fluxo de Turistas em João Pessoa 2005/2010; Taxa de Ocupação Hoteleira em João Pessoa no Biénio 2009-2010	132
Gráfico 8: Fluxo Global Estimado de Turistas em João Pessoa	132
Gráfico 9: Gasto dos Turistas na Paraíba; Meios de Hospedagem	133
Gráfico 10: Razões da Escolha	134
Gráfico 11: Receptividade do Paraibano; Avaliação dos Serviços do Aeroporto	135
Gráfico 12: Restaurantes e Bares da RMJP; Guia Turístico; Hospedagem; Serviços de Informação Turística	135
Gráfico 13: Serviço de Locação de Veículos; Segurança Pública	136
Gráfico 14: Gastronomia Paraibana	136
Gráfico 15: Expectativa após Visitar a RMJP; Frequência da Visita à Paraíba; Indicação da Paraíba como Roteiro Turístico; Possibilidade de Retorno à Paraíba	137
Gráfico 16: Dificuldades do Sector Turístico	138

Índice de Mapas

Mapa 1: Brasil Divisão Regional	21
Mapa 2: Região Nordeste, Estados e Capitais	23
Mapa 3: Mapa da Regionalização do Turismo	100
Mapa 4: Mapa da Paraíba	106

Índice de Figuras

Figura 1: Ciclo do Planeamento	38
Figura 2: Políticas Públicas de Turismo no Brasil. Espaço Temporal	69
Figura 3: Visão Aérea da Orla Marítima de João Pessoa	120

Lista de Abreviaturas

ACT – Actividade Característica do Turismo

BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento

BNB – Banco do Nordeste do Brasil

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Económico e Social

CNTur – Conselho Nacional de Turismo

Combratur – Comissão Brasileira de Turismo

COMTUR – Conselho Mundial de Turismo

CTO – Caribbean Tourism Organization

DER – Departamento de Estradas e Rodagens

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo

FGV – Fundação Getúlio Vargas

FUNGETUR – Fundo Geral de Turismo

GTZ – Sociedade Alemã de Cooperação Técnica

IATA – Associação Internacional de Transportes Aéreos

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IDH – Índice de Desenvolvimento Humano

IFEP – Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

MTur – Ministério do Turismo

OMD – Objectivos de Desenvolvimento do Milénio

OMT – Organização Mundial de Turismo

ONU – Organização da Nações Unidas

PAC – Programa de Aceleração do Crescimento

PBTUR – Empresa Paraibana de Turismo

PDITS – Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável

PLANTUR – Plano Nacional de Turismo

PNC – Programa Nordeste Competitivo

PNT – Plano Nacional de Turismo

PNMT – Programa Nacional de Municipalização do Turismo

PRODETUR – Programa para o Desenvolvimento do Nordeste

PROECOTUR – Programa para o Desenvolvimento do Turismo na Amazônia Legal

PLANATUR – Plano Nacional de Turismo

PROTUR – Programa para o Desenvolvimento Sustentado do Turismo

PRT – Programa de Regionalização do Turismo

PIB – Produto Interno Bruto

PUND – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

RAIS – Relação Anual de Informação Social

RMJP – Região Metropolitana de João Pessoa

SETUR – Secretaria de Turismo

SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SPHAN – Serviço de Patrimônio Histórico e Artístico

SUDEMA – Superintendência de Desenvolvimento do Meio Ambiente

SUDENE – Superintendência para o Desenvolvimento do Nordeste

UH – Unidade Habitacional

VARIG – Viação Aérea Rio Grandense

Capítulo 1

Introdução

1.1. Introdução

O planeamento nos dias de hoje tornou-se imprescindível para o desenvolvimento da actividade turística. A procura mundial por recursos naturais originada de uma economia fundamentada na produção e no consumo em larga escala, é responsável por destruir parte dos recursos naturais para suprir suas necessidades. Pode-se dizer que as necessidades humanas são infinitas e ilimitadas enquanto os recursos naturais são finitos e limitados, tornando inevitável uma conciliação entre o crescimento económico e a preservação do património natural e cultural da humanidade.

O desenvolvimento sustentável é considerado basicamente uma forma de desenvolvimento voltada para a preservação do meio ambiente para as gerações actuais e futuras. Este termo vem sendo amplamente utilizado nos discursos políticos actuais e muitas vezes associado a actividade turística e a utilização do património, seja ele natural ou cultural pela comunidade. Para Leff (2001) “o desenvolvimento sustentável converte-se na nova pedra filosofal que asseguraria o *perpetuum mobile* do crescimento económico”.

A Organização Mundial do Turismo descreve a actividade turística como uma opção para se chegar a uma economia sustentável. Porém, o que normalmente se observa na prática, é um turismo realizado de forma predatória onde muitas vezes não há benefícios nem para as comunidades receptoras e nem para o meio ambiente, visando apenas o lucro.

De acordo com Dias (2003), o desenvolvimento económico pode ao mesmo tempo significar uma redução da qualidade de vida provocada pelo aumento da exploração dos recursos, como também, torna-se indispensável para satisfazer as necessidades humanas, sendo assim é fundamentalmente importante a questão do planeamento.

Alguns discursos sobre o planeamento são fundamentais como o facto de que o planeamento não representa a solução para todos os problemas mas sim servirá para orientar o processo de tomada de decisão. Também se afirma não haver um modelo de planeamento que seja adequado para qualquer localidade, uma vez que cada lugar tem suas diferenças e especificidades devendo o planeamento ser flexível se ajustando a região onde está inserido.

Os problemas decorrentes da ausência de planeamento ou de um planeamento inadequado causam o desperdício dos recursos financeiros que por serem escassos devem ser utilizados de modo a promover o máximo de benefícios a grande parte da população, sendo absolutamente necessário planear.

No caso do Brasil, o planeamento é utilizado como ferramenta servindo de orientação para as gestões públicas e para a gestão e o desenvolvimento do turismo. Porém para a realidade brasileira os principais problemas estão nas dificuldades decorrentes

da extensão de seu território onde encontram-se grandes disparidades entre as regiões o que vem a dificultar o desenvolvimento do turismo, além das questões políticas e dos graves problemas sociais.

As regiões Sul e Sudeste são as mais desenvolvidas, possuem os maiores parques industriais do país e conseqüentemente melhores salários, bem como os maiores fluxos turísticos do país. Já a região Nordeste representa outro extremo, com um nível de desenvolvimento mais baixo. No que se refere ao turismo interno, o Nordeste possui alguns destinos já consolidados como Pernambuco, Bahia, Rio Grande do Norte e Ceará que são os mais representativos. A Paraíba faz divisa com dois dos maiores receptores de turismo interno do nordeste e não consegue se beneficiar de sua privilegiada posição geográfica.

No âmbito do turismo, o planeamento deve suceder de forma integrada, ou seja, o crescimento da actividade turística deve acontecer juntamente com o desenvolvimento da comunidade local, havendo assim uma maior probabilidade de sucesso e melhorias nos campos económico, social, cultural e ambiental trazendo benefícios para a sociedade e conseqüentemente a oferta de produtos turísticos de melhor qualidade.

O objecto deste trabalho de pesquisa é o discurso do planeamento e das políticas públicas no âmbito governamental e suas conseqüências para o desenvolvimento da actividade turística na Região Metropolitana de João Pessoa no estado da Paraíba, principalmente por se tratar da região mais desenvolvida turisticamente do estado, possibilitando assim uma melhor análise para se atingir os objectivos propostos.

Sendo assim, foi realizado um levantamento a respeito dos principais argumentos que vem direccionando o discurso oficial do turismo na região, bem como uma análise sobre as principais políticas públicas de planeamento para o desenvolvimento turístico do estado. Foram seleccionados os planos, programas e projectos por fazerem parte das políticas de desenvolvimento turístico mais estruturadas elaboradas até hoje para a região. Esta análise terá por finalidade avaliar se tais políticas públicas de planeamento turístico surtiram algum efeito para o desenvolvimento do turismo na Região Metropolitana de João Pessoa.

Capítulo 2

Evolução Histórica do Turismo

2.1. Introdução

O turismo sempre foi considerado um factor importante no processo de desenvolvimento da civilização. As conquistas e as descobertas de novos povos, terras e culturas sempre incentivaram o homem a reflectir sobre seus valores e cultura, criando uma rede de ligações e influencias, étnicas e culturais que fazem parte da história.

Segundo vários autores, a história do turismo está dividida em duas linhas de pensamento. A primeira considera como início do turismo os primeiros deslocamentos em busca de lazer, saúde, comércio, etc. A outra linha de pensamento relaciona o início do turismo com a Revolução Industrial.

No decorrer deste capítulo será apresentada uma breve história da evolução da actividade turística abrangendo as civilizações antigas e suas diversas motivações até o surgimento da Revolução Industrial e também relata o desenvolvimento histórico do turismo no Brasil a partir de seu descobrimento.

2.2. Evolução Histórica do Turismo

O turismo é um fenómeno praticado desde as civilizações mais antigas porém as principais motivações ainda permanecem, entre elas, o lazer, negócios, saúde e religião. Para Ignarra (2003):

“O fenómeno turístico está relacionado com as viagens, a visita a um local diverso do da residência da pessoa. Assim, em termos históricos, ele teve início quando o homem deixou de ser sedentário e passou a viajar, principalmente motivado pela necessidade de comércio com outros povos. É aceitável, portanto, admitir que o turismo de negócios antecedeu o de lazer. (...) Era também económica a motivação para as grandes viagens dos povos antigos, que buscavam conhecer novas terras para a sua ocupação e posterior exploração. Dessa maneira, o turismo de aventura data de milénios antes de Cristo”.

Barreto (1999) situa a proto-história do turismo na Grécia Antiga, ou mesmo em alguma outra civilização do passado longínquo. Alguns autores situam o começo do turismo no século VIII a. C., na Grécia, porque as pessoas viajavam para assistir aos jogos olímpicos. Outros acreditam que os primeiros turistas foram os fenícios por terem iniciado as relações comerciais e as transacções com moedas, porém, se levar-se em consideração que o ser humano desde tempos ainda muito mais remotos empreendiam viagens definitivas ou temporárias, há de se supor, portanto que a existência do turismo pode ser muito mais antiga.

Segundo McIntosh (1993), o turismo deve ter seu início com os Babilónicos por volta de 4000 a. C. :

“El invento del dinero por los sumérios (babilónios) y el auge del comercio que se inicio aproximadamente en el año 4000 a. C., talvez señale el comienzo de la era moderna delos viajes. Los sumérios fueron los primeros en concebir la idea del dinero, y el aplicarla a sus transacciones comerciales. (También inventaron la escritura y la rueda, por lo que se les podreá considerar los fundadores de los viajes.) El hombre podía pagar por el transporte y el alojamiento ya fuera com dinero o por turque de bienes”.

Os romanos foram responsáveis pela construção de muitas estradas espalhadas pelo Império, possibilitando que os cidadãos realizassem suas viagens entre o século II

a.C. e o século II d.C., também criaram postos ao longo das estradas para a realização de trocas periódicas de cavalos, assim poderiam percorrer longas distâncias em um curto espaço de tempo, nesta época também surgiram as primeiras hospedarias para viabilizar o turismo ao longo das estradas de Roma, também partiam contingentes importantes para o mar, o campo, as termas, os templos e as festividades. Podendo assim considerar os romanos como os pioneiros em viagens de lazer. De acordo com Maior (1999) *apud* Badaró (2003, p.33), diversas pesquisas científicas (análises de azulejos, placas, vasos e mapas) revelaram que o povo romano ia à praia e há centros de rejuvenescimento e tratamento do corpo, buscando sempre divertimento e relaxamento.

Alexandre, o Grande, foi um considerável incentivador das viagens, no período em que estava no poder a frente do Império, realizava grandes eventos atraindo multidões, também realizou muitas viagens inclusive para a Índia onde descobriu já haver estradas em bom estado de conservação, com infra-estrutura de árvores a margem das estradas, poços com água em abundância, postos policiais para a segurança dos viajantes e casas para descanso.

Badaró (2003) recorda que, a partir da expansão do Cristianismo, do século VI, começaram a ser registadas as primeiras peregrinações de cristãos para Jerusalém, nesse período os peregrinos eram conhecidos como “palmeiros”, com o aumento do fluxo dos viajantes para Roma, esses peregrinos passaram a ser conhecidos como romeiros. Nessa época, foram criados os primeiros éditos que regulamentavam a entrada desses peregrinos em Roma, instituindo tributos e cadastrando-os.

O surgimento das cruzadas foi marcado pela tomada da palestina pelos turcos, proibindo as peregrinações religiosas aos lugares sagrados de Jerusalém. Em represália foram organizadas as cruzadas com o objectivo de libertar a Terra Santa (Pedro, 1988). Grande parte das viagens decorrentes desse período possuíam relação com as expedições militares e com o comércio.

Na idade média teve início uma prática muito comum que se estendeu por várias famílias de nobres que enviavam seus filhos para estudar nos grandes centros

culturais da Europa, dando início as primeiras viagens para estudo, hoje em dia chamadas de intercâmbio cultural.

A segunda metade do século XV e todo o século XVI foram marcados pelo considerável aumento das viagens particulares. Viagens estas que supriam a falta de comunicação uma vez que os livros não eram distribuídos em larga escala, essas viagens transformaram-se em um meio de se obter conhecimento, cultura, línguas e aventuras (Boyer, 2001 apud Badaró, 2003, p.41).

De acordo com Andrade (1999) a partir do século XV e atingindo o seu auge entre os séculos XVIII e XIX existia um tipo diferente de turismo intitulado *Grand Tour*. Sob o rótulo de “viagem de estudo”, o *Grand Tour* possuía o valor de um diploma, concedendo aos turistas nele presentes, um status social.

Os ingleses e alemães possuíam uma grande preocupação cultural em suas viagens. Os ingleses, por exemplo, percebiam que o homem deveria conhecer a origem da civilização greco-romana: o Mediterrâneo. A consequência da prática desse tipo de turismo (cultural) residia no facto de enriquecer o aprendizado das pessoas, mais do que o obtido nas escolas, pois ao vivenciar e observar directamente os usos e costumes, assim como das organizações sociais, religião, arte, etc. pelos jovens que, ao exercerem cargos políticos, forneceriam a seus países de origem elevados níveis de conhecimento e de transformações sociais e económicas (Badaró, 2003, p.45).

Muitos autores consideram que o turismo propriamente dito teve seu início a partir do século XVII com o despertar do crescimento industrial e as mudanças de vida decorrentes deste como o aumento do poder aquisitivo, o maior desenvolvimento do comércio, consequentemente um maior acesso a educação motivando um crescente interesse por outras culturas tendo nas viagens não somente o lazer ou negócios mas também uma forma de educar.

A medida em que o comércio evoluía, aumentavam também as rotas comerciais, onde além da já existente viagem terrestre passaram também a ser incluídos roteiros marítimos, inicialmente fazendo ligação entre a Europa e a África. Nos séculos XV e XVI foram realizadas as grandes navegações, para explorar e descobrir novas rotas

ou como Fernão de Magalhães que chegou a dar a volta ao mundo. Tais viagens atravessavam os oceanos transportando um grande número de pessoas, por um longo período de tempo, podendo ser consideradas como as pioneiras na realização dos actuais cruzeiros marítimos.

Boyer apud Badaró (2003,p.45) argumenta que a evolução do comércio marítimo no século XVI, bem como do comércio entre regiões próximas da Europa Ocidental, verificando-se o surgimento de algumas unidades hoteleiras, a exemplo do *Wekalet – A – Ghury* no Cairo, o primeiro hotel do mundo, construído principalmente para atender mercadores. Doze SPAs também foram registados nesse século, sendo cinco deles para atender exclusivamente nobres e monarcas.

A era das ferrovias representou uma outra etapa para o turismo que mediante um grande crescimento populacional e o consequente aumento no acúmulo de capital e do consumo tem-se nesta época o surgimento do turismo de massa e com ele o desenvolvimento de viagens organizadas e novas formas de *marketing* voltados para promover o turismo. Em 1841, na Inglaterra, Thomas Cook organizou a primeira viagem colectiva da história. Realizada com grande sucesso, os negócios prosperaram originando outras viagens para o restante da Europa e para os Estados Unidos da América passando a abranger outros serviços como transporte, hospedagem, alimentação e serviços de guia, sendo esta a primeira agência de viagens do mundo.

Segundo Jumor (2000), a relação entre turismo e economia só se faz presente com a percepção de Lord Shafiesbury, no século XVIII a respeito do potencial económico do turismo. Para o mesmo, o turismo era considerado um tipo de comércio que aquecia os demais sectores da economia local devendo os jovens visitarem constantemente o continente europeu.

As viagens marítimas tiveram seu desenvolvimento apenas após a segunda metade do século XVIII, com o surgimento dos grandes barcos a vapor, proporcionando uma navegação mais segura, mais rápida e com uma maior capacidade de carga e de passageiros.

O estímulo definitivo para o crescimento e desenvolvimento do turismo deu-se apenas após a chegada da aviação. Com a introdução do avião como meio de transporte e a criação da Associação Internacional de Transportes Aéreos (IATA), regulamentando o direito aéreo. O transporte aéreo desponta como a preferência dos turistas dados a sua capacidade de agilidade e locomoção (Júmor, 2000).

Após a segunda grande guerra mundial é que houve a chamada revolução tecnológica principalmente para o sector da indústria, gerando riquezas, possibilitando a população um maior poder aquisitivo. A população em busca de melhor qualidade de vida se acumula nas grandes cidades havendo a necessidade de um planeamento urbano, pode-se dizer que é a partir daí que o planeamento começa a se propagar. É também no período pós-guerra que o turismo começa a ser estudado cientificamente ganhando grande força económica. Na década 50 o status e o prestígio social eram considerados a principal motivação para as viagens turísticas.

A demanda nunca teve condições tão favoráveis para seu desenvolvimento proporcionando a população realizar gastos em viagens de lazer. O crescimento do PIB nos países mais desenvolvidos, avanços nos sectores de transportes e comunicação, intensificam o crescimento da economia tornando o momento propício para o desenvolvimento do turismo, além do acesso da classe média que com maior poder de compra adquire principalmente automóveis, ou seja, um ambiente altamente oportuno para o crescimento do sector turístico que chega até os dias de hoje em contínua evolução.

2.3. Evolução Histórica do Turismo no Brasil

No Brasil, o turismo se desenvolveu de forma lenta comparando-se a outros destinos turísticos semelhantes no mundo, por ser um país de dimensões continentais, subdesenvolvido e com inúmeros problemas sociais e políticos a importância do turismo cresceu mesmo que tardiamente passando a ser uma das actuais metas do

governo para contribuir para o desenvolvimento político, económico, social, e ambiental do país.

O Brasil foi descoberto por Portugal onde pode-se dizer que começou sua história referente ao turismo pois documentos históricos nos mostram que outros países também navegaram pelas costas brasileiras neste período como espanhóis, franceses, holandeses e ingleses.

Sendo colónia de Portugal, a partir da criação das capitánias hereditárias e do Governo-geral surgiram o que hoje denominamos turismo de negócios entre a metrópole e sua colónia, o ciclo do ouro e a busca pelas riquezas naturais brasileiras fizeram com que exploradores se embrenhassem nas matas dando início ao turismo de aventura.

No Brasil, o século XIX não trouxe desenvolvimento para o sector, pois os equipamentos e serviços turísticos eram escassos, raramente encontrados pelos viajantes. Uma realidade normal até mesmo para o Rio de Janeiro, que era a capital da época (Pires, 2002).

Porém o desenvolvimento urbano no Brasil só se dá efectivamente no início do século XX após a vinda da corte portuguesa para o Rio de Janeiro, onde houve um crescimento na procura por hospedagens em razão de um fluxo maior de visitantes importantes entre eles diplomatas e comerciantes tendo dado origem assim a hotelaria brasileira. A realeza para fugir do calor no Rio de Janeiro sobe a serra e transforma Petrópolis na primeira estância climática do Brasil.

Durante décadas, “as viagens pelo país só ocorriam em função da expansão de novos territórios, a busca de riqueza e géneros de primeira necessidade” (Rejowski, 2002). Aos poucos com a chegada crescente dos europeus ao país, instalaram-se novas hospedarias, restaurantes, novas rotas de trem, bem como uma maior preocupação com a saúde crescendo a procura pelas praias e pelas águas termais.

Na segunda metade do século XIX, com a evolução nos meios de transporte, tem-se a necessidade da criação de cada vez mais estabelecimentos voltados para o turismo

como hotéis, hospedarias e restaurantes localizados principalmente no Rio de Janeiro. Nesse momento, embora a aristocracia brasileira desejasse viver como os europeus, deveria existir pouco menos que 100 hotéis com serviços de alimentos e bebidas por todo o país, o melhor deles estava localizado na cidade de São Paulo, o Grande Hotel, inaugurado em 1978. (Pires, 2002).

A cidade do Rio de Janeiro, no ano de 1907, “passou a oferecer incentivos fiscais para a construção de novos hotéis” (Gazeta Mercantil, 1999). E, de acordo com Rejowski (2002), “assim, consolidou-se a tendência do século anterior: no litoral, os banhos de mar, mas de forma mais elaborada e com a disponibilidade de mais alguns serviços; no interior, as estâncias hidrominerais, termais e climáticas (a partir de 1910) ”.

A vinda de companhias aéreas para o Brasil como a *Lufthansa* e criando uma companhia chamada *Condor Syndicat*, onde se originou o que depois veio a ser a maior companhia aérea nacional a VARIG (Viação Aérea Rio Grandense) impulsionando o turismo nacional e internacional, porém a VARIG com sérias dificuldades financeiras no ano de 2006 foi dividida em partes e vendida para uma das maiores empresas aéreas que actua no Brasil, e GOL Transportes Aéreos.

2.4. Conclusão

A evolução do turismo mundial se deu a partir das necessidades dos primeiros povos tendo como principais motivações a económica para desenvolver o comércio, o carácter religioso com as peregrinações a lugares santos, a questão da saúde com as estâncias termais e os banhos de mar, o lazer com as viagens para assistir aos jogos olímpicos e outros tipos de eventos que começaram a surgir e posteriormente motivações educacionais e de *status* social.

No Brasil pode-se afirmar que o turismo propriamente dito iniciou-se com a vinda da Corte Portuguesa para o país, possibilitando um grande desenvolvimento urbano decorrente da visita de diplomatas e comerciantes fazendo crescer a demanda por hospedagem e outros serviços relacionados ao turismo.

A evolução dos meios de transporte associadas as mudanças culturais e as transformações sociais proporcionaram uma intensificação das viagens, essenciais para o desenvolvimento económico a partir da exploração de novos povos e terras. A Revolução Industrial constituiu um marco para o turismo pois traçou um novo padrão de desenvolvimento possibilitando um maior acúmulo de riquezas e de tempo livre voltado para o lazer.

O período pós-guerra onde muitas cidades necessitaram ser reconstruídas e o crescimento desordenado das grandes cidades decorrentes do aumento dos postos de trabalho consequência da Revolução Industrial levou a necessidade de se planejar as cidades buscando soluções para os principais problemas urbanos, o que será referido com mais profundidade no decorrer do trabalho.

Capítulo 3

Brasil e Nordeste

3.1. Introdução

O turismo é visto como um dos principais e mais promissores segmentos da economia, de acordo com levantamento realizado pelo Conselho Mundial de Viagem e Turismo (*World Travel & Tourism Council*) o impacto directo das actividades do turismo devem representar 3,3% do PIB brasileiro, ou seja, R\$ 129,6 bilhões de reais em 2011.

É evidente a importância da actividade turística para a economia em todo o mundo, tornando-se necessário aprofundar as formas de minimizar os impactos negativos que a prática desordenada da actividade pode causar nos campos socioeconómico, cultural e ambiental buscando alternativas para maximizar os efeitos positivos através do planeamento da actividade.

No Brasil a actividade turística sempre se realizou de forma amadora, tendo em sua gestão muitas vezes pessoas despreparadas e muitos dos planos e projectos idealizados não foram concluídos, ou nem chegaram a sair do papel.

Na Paraíba não seria diferente do restante do país, onde um de seus principais problemas está na descontinuidade administrativa referente ao Governo Estadual e a Gestão Municipal da cidade de João Pessoa, capital do Estado e principal portão de entrada dos turistas, indutora do turismo no Estado.

Alguns autores (Coriolano, 1998; Lage; Milone, 2001) defendem o crescimento da actividade turística, pelos benefícios que ela pode gerar quando bem planeada pois além favorecer a geração empregos (directos ou indirectos), contribui para a entrada de divisas e para o equilíbrio da balança comercial de pagamentos, colaborando para o aumento do PIB, proporciona uma melhor distribuição de renda trabalhando como um impulsor da actividade empresarial.

3.2. O Discurso do Turismo

O turismo é considerado um fenómeno em expansão no mundo, a cada ano mais pessoas viajam aumentando o volume de capital movimentado pela actividade. Considerado uma categoria de exportação, que exporta bens e serviços, o turismo ganha destaque estando atrás apenas das exportações de combustíveis químicos e produtos automotivos. Porém, para alguns países em desenvolvimento e algumas ilhas, turismo é considerada a principal actividade de exportação. (OMT,2006).

O turismo caracteriza-se como uma importante fonte geradora de renda, empregos e divisas para muitos países. No entanto, os benefícios obtidos através do turismo geralmente são vivenciados apenas de países desenvolvidos para países desenvolvidos e, em alguns países que se encontram à margem da economia (Aulicino, 1997).

Cazes (1999) faz críticas relacionadas a discursos optimistas sobre números como receita, desembarques e geração de empregos. O autor chega a esta conclusão através da sua observação que embora os números apresentem um cenário favorável para a actividade, não implica haver necessariamente um indicativo de melhoria da qualidade de vida nas comunidades receptoras. Os empregos gerados pela actividade turística ainda estão muitas vezes relacionados ao sector informal de forma precária por motivos como a sazonalidade da actividade, absenteísmo, baixa qualificação, grande número de jovens e mulheres, entre outros.

A importância do turismo reside menos nas estatísticas que mostram, parcialmente, seu significado e mais na sua incontestável capacidade de organizar sociedades inteiras e condicionar o (re) ordenamento de territórios para a sua realização (Cruz 2000, p.08).

De acordo com a autora, a importância do turismo vai além das estatísticas, o turismo tem influência directa sobre a realidade das comunidades em que se desenvolve. Esta redefinição pode inclinar-se para o lado negativo ou para o lado positivo, o que dependerá directamente do tipo de planeamento que foi implementado.

O turismo como factor de inclusão social é defendido pelos Oito Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (OMD), que foram estabelecidos pela Organização das Nações Unidas (ONU), em 2000, para um grupo de 191 países, entre os quais encontra-se o Brasil. Com base neste documento a Organização Mundial de Turismo (OMT), como participante do Sistema da ONU, busca possibilidades de incluir o turismo como forma de reduzir a pobreza e proteger o meio ambiente. Este movimento teve seu início em 1999 quando a Comissão das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável incentivou os governos a explorar ao máximo as oportunidades proporcionadas pelo turismo para a erradicação da pobreza e protecção ao meio ambiente através da elaboração de estratégias com a participação de grupos interessados e da comunidade local.

O Ministério do Turismo percebe a importância da regulamentação da actividade turística através da sustentabilidade, “ou seja, que a actividade turística possa desenvolver-se sem prejuízos a sua matéria-prima, especificamente o património

natural, social e cultural das áreas de destino. Para tanto, há de se compreender o conceito de sustentabilidade” (Ministério do Turismo, 2005, p.12).

Uma das formas de turismo que é considerada como a maior geradora de impactos sejam eles positivos ou negativos é o turismo de massas. O crescimento deste tipo de turismo provocou inúmeros impactos na actividade turística, ao tratar a actividade como um negócio na busca por um retorno a curto prazo. Pode provocar danos irreparáveis nos destinos contribuindo para o aumento das desigualdades sociais, provocar a dependência económica das comunidades, além de descaracterizar as culturas locais.

Segundo Cooper et al. (2001), muitos locais no mundo já desapareceram mediante os impactos negativos provocados pelo turismo sofrendo danos irreparáveis perdendo lugar para novos destinos. Para os autores o planeamento e a gestão são indispensáveis para a protecção dos recursos, a preservação ambiental e a conservação social da localidade turística na sua forma original. Sem um planeamento adequado, as possibilidades da actividade turística gerar impactos negativos aumentam consideravelmente.

Porém, não se pode ignorar o facto de que o turismo também pode ser um grandioso factor para a valorização de lugares que não possuem importância para outras actividades económicas. Segundo Cruz (2000), o interesse crescente pelo turismo configura-o como solução para todos os problemas.

As inegáveis potencialidades do turismo no Brasil, representadas, entre outros factores, por um formidável conjunto de recursos naturais preservados, salubridade do clima, culturas e gastronomia, requerem políticas de desenvolvimento dessa actividade que impliquem significativos investimentos dos sectores público e privado [...] possibilitando a geração de empregos e divisas e a transformação do turismo em um mecanismo que contribua para a inclusão social das populações residentes nos destinos (Ministério do Turismo, 2005, p.5).

A sustentabilidade é indispensável para que o turismo se desenvolva de acordo com as necessidades das comunidades de forma positiva proporcionando o máximo de benefícios, torna-se necessário um planeamento com bases sólidas e com a efectiva participação da comunidade juntamente com os poderes públicos e privado. No caso do Brasil, é necessário tratar o turismo de forma descentralizada de acordo com as

necessidades e especificidades de cada região, levando em consideração seus níveis de desenvolvimento, tendo como prioridades a redução das desigualdades regionais e a inclusão social através do desenvolvimento do turismo.

No Brasil, o raciocínio oficial sobre o turismo é que quem o produz é o Governo. Para Coriolano (2005, p. 53), “o discurso em torno dos lugares e do turismo é um repertório polémico, no qual o referente é disputado pelos interessados em uma relação tensa de alterações de sentidos, configurando-se como uma prática de resistência e afrontamento”. Para alguns o turismo possui um significado de degradador e para outros o turismo é sinónimo de desenvolvimento sendo neste segundo grupo que o Estado se encontra.

Muitas vezes a sociedade segue os padrões mercadológicos vendo o turismo apenas como uma actividade rentável, considerando unicamente o factor económico do turismo. Para o Governo a actividade turística está sempre relacionada ao pensamento do turismo como gerador de empregos e renda, actividade responsável pelo crescimento da economia, propõe o desenvolvimento sustentável, é considerado como uma actividade ecologicamente correcta, entre outras.

Segundo Fratucci (2007) para justificar os grandes investimentos da actividade turística, vista como prioridade nos planos de governo, especialmente nos estados nordestinos, marcando-se notavelmente através do paradigma do desenvolvimento sustentável.

3.3. Caracterização do Brasil

O Brasil é o quinto maior país do mundo, o maior da América Latina com uma área de aproximadamente 8.514.876 km² (Fonte, IBGE), faz fronteira com dez países, são eles a Guiana, Guiana Francesa, Venezuela, Suriname, Colômbia, Argentina, Uruguai, Paraguai, Peru e Bolívia, possui uma população de 190.732,694 habitantes

segundo o ultimo censo realizado pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística no ano de 2010.

Possuindo um IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) com valor 0,699 sendo considerado de alto desenvolvimento humano ocupando a 73ª posição dentre os 169 países analisados (dados divulgados pelo PUND - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento em 2010)

Actualmente o PIB (Produto Interno Bruto) do Brasil é em torno de 3.675 trilhões de reais apresentando um crescimento de 7,5% (ano de 2010, dados do IBGE).

Nas matrizes socioculturais, como foi observado por Darcy Ribeiro (1995),

A sociedade e a cultura brasileiras são conformadas como variantes da versão lusitana da tradição civilizatória europeia ocidental, diferenciada por coloridos herdados dos índios americanos e negros africanos. O Brasil emerge, assim, como um renovo mutante, remarcado por características próprias, mas atado geneticamente à matriz portuguesa, cujas potencialidades insuspeitas de ser e de crescer só aqui se realizariam plenamente.

A herança cultural brasileira referindo-se que a sua origem se dá na colonização portuguesa, africanos e índios, porém não se pode deixar de citar que também sofreu influências mesmo em menor quantidade de outras culturas como a holandesa no nordeste, a alemã e italiana no sul, a nipônica no sudeste, entre outras, por isso afirmamos ser o Brasil um país com uma grande diversidade cultural.

A estrutura político-administrativa brasileira divide-se em Estados, Municípios e Distritos. São ao todo 26 Estados e o Distrito Federal, também podendo ser denominados Unidades da Federação. O Brasil está dividido em cinco regiões sendo elas: o Norte com 7 Estados, o Nordeste com 9 Estados, o Centro – Oeste com 3 Estados e do Distrito Federal, o Sul com e 3 Estados e o Sudeste com 4 Estados. O Nordeste é a região que possui o maior número de Estados entre as cinco regiões brasileiras e também é a região economicamente mais pobre.

Mapa 1: Brasil Divisão Regional



Fonte: www.ibge.gov.br

Em termos de desenvolvimento humano as diferenças entre as cinco regiões brasileiras tornam-se ainda mais evidentes, as regiões Sul e Sudeste possuem os melhores índices de desenvolvimento enquanto as piores posições encontram-se no Nordeste. Observando-se assim a necessidade de maiores investimentos e melhorias das políticas públicas com o intuito de minimizar as grandes divergências sociais e económicas tão evidentes no Brasil.

As grandes diferenças existentes no Brasil também geram uma gama diversificada de produtos. A região Sudeste, mais especificamente a cidade e o Estado de São Paulo recebem o maior fluxo para o turismo de negócios e também é a região onde está o maior mercado emissor para o turismo interno devendo-se ao facto de ser a região onde se concentra a maior parte da renda nacional tendo na mesma região ainda o Rio de Janeiro que se destaca especialmente no turismo mais voltado para o lazer. Contrariamente, a região Nordeste se destaca pelo turismo de sol e praia, e por possuir vantagens como um clima favorável com poucos períodos de chuva e por ser uma região economicamente inexpressiva em outros sectores, justificando assim a importância do turismo como actividade económica para o desenvolvimento da região o que acaba por motivar outros problemas causados pela dependência exagerada da actividade turística para o desenvolvimento local por não ser a mais indicada principalmente por ser sazonal considerando que a região não deve se sustentar apenas por uma actividade económica.

É na região Nordeste que está localizado o Estado da Paraíba, objecto principal de análise deste estudo referente aos impactos do planeamento e das políticas públicas realizadas no Brasil e no estado.

3.3.1. Região Nordeste

A região Nordeste foi o palco do descobrimento quando durante o século XVI os desbravadores portugueses chegaram à costa brasileira sob a liderança de Pedro Álvares Cabral desembarcando onde hoje é a cidade de Porto Seguro no estado da Bahia, iniciando assim o processo de colonização do Brasil.

Durante o período de colonização a região sofreu invasões por parte dos franceses onde hoje se encontra o Estado do Maranhão e actualmente o Estado de Pernambuco onde houve invasão por parte dos holandeses que anteriormente já se encontrava sob domínio espanhol. O império holandês também esteve presente nos

Estados do Ceará, Alagoas e Paraíba, porém com a chegada de reforços portugueses foram finalmente expulsos.

Mapa 2: Região Nordeste, Estados e Capitais.



Fonte: www.ibge.gov.br

O Nordeste corresponde a 18,25% no território brasileiro concentrando, aproximadamente, 28,01% (dados do IBGE) da população do país sendo composto pelos Estados do Rio Grande do Norte, Maranhão, Pernambuco, Piauí, Bahia, Sergipe, Alagoas e Paraíba, é a região que possui o maior número de Estados e também a região mais pobre.

Com uma área de 1.558,196 km² a região Nordeste possui também a maior costa litorânea do País com 3.338 km de praias por este motivo dentre outros factores que também o favorecem é onde se desenvolve com maior incidência o turismo de sol e praia.

O IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) dividiu a região em quatro sub-regiões: meio-norte que está entre a Amazônia e o sertão nordestino; o sertão situado no interior da região Nordeste possuindo a maior zona geográfica, com um clima semi-árido e longos períodos de estiagem; o agreste que é uma faixa de transição entre a zona da mata e o sertão ficando no alto do Planalto da Borborema e por fim a Zona da Mata localizada entre o Planalto da Borborema e a costa.

Economicamente a região Nordeste é a terceira do país comparando-a com as grandes regiões, e sua participação no PIB nacional foi de 13,1% em 2008 (IBGE), porém ainda é a região do país que possui o maior índice de pobreza por isto é considerada a região mais pobre do país.

A cana-de-açúcar é o produto agrícola mais produzido na região, onde também se destacam a produção de soja, algodão (inclusive algodão colorido), tabaco e caju entre outras frutas que são típicas da região.

No cenário industrial o Nordeste também se destaca na produção de alguns tipos de aço considerados especiais, produtos electrónicos, além de produzir equipamentos para irrigação, barcos, navios, cascos para plataformas de petróleo, automóveis, baterias, chips, softwares (a maioria deste tipo de produto leva silício muito encontrado na região, especialmente na Paraíba) e produtos petroquímicos, além de calçados, tecidos, também o Rio Grande do Norte é o Estado que produz quase todo o sal que é consumido no Brasil.

Com um extenso litoral e praias belíssimas, muitas delas ainda nativas quase intocadas, o Nordeste se torna um dos destinos mais procurados do país. A cultura diversificada da região também é um grande atractivo e merece destaque as grandes festas que arrastam multidões como o carnaval e o São João. O ecoturismo ainda pouco explorado mas com um grande potencial além da gastronomia que também é outro atractivo.

Nos transportes a infra-estrutura ainda é precária, as estradas são boas mas o sistema ferroviário é praticamente inexistente, bem como em todo o país servindo basicamente apenas para a escoação da produção. Na estrutura aeroportuária, os

aeroportos de Salvador na Bahia, de Fortaleza no Ceará e de Recife em Pernambuco são os maiores da região.

O Nordeste é uma região com um grande potencial a ser desenvolvido especialmente em relação ao turismo que pode se expandir para outros seguimentos além do sol e praia, mas a região é carente de um bom planeamento e de políticas públicas que favoreçam seu desenvolvimento, o que com a criação do Ministério do Turismo, e o que vem sendo realizado a partir deste, no país como um todo, com os Planos Nacionais de Turismo 2003 – 2007 e 2007 - 2010 seus programas e macro programas, destacando-se o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil e os 65 Destinos Indutores que serão abordados posteriormente associados ao programa de governo denominado PAC – Programa de Aceleração do Crescimento que tem como um dos objectivos viabilizar a criação e a melhoria da infra-estrutura de apoio a nível nacional e que já estão demonstrando excelentes resultados mas ainda há muito por fazer.

No Nordeste, a actividade turística passou a ser mais valorizada no final da década de 1970, com a elaboração de duas importantes políticas públicas de turismo a “política de mega projectos turísticos” e o Programa de Acção para o Desenvolvimento do Nordeste, o PRODETUR-NE.

A política dos megaprojectos havia sido baseada no modelo da “indústria turística”, anteriormente desenvolvido em Cancún. Esta política resumia-se na urbanização turística da orla com ampla participação do poder público nos empreendimentos. Os principais megaprojectos para a região Nordeste foram o Projecto Parque das Dunas na Via Costeira, em Natal – Rio Grande do Norte; Projecto Cabo Branco, em João Pessoa – Paraíba; Projecto Costa Dourada no litoral sul de Pernambuco e litoral norte de Alagoas e Projecto Linha Verde no litoral norte da Bahia.

3.4. Conclusão

O desenvolvimento da actividade turística é de extrema importância para o mundo, porém especificamente para os países em desenvolvimento como o Brasil o turismo chega como uma solução para minimizar os problemas existentes no país.

Em busca de, através do turismo e dos benefícios que seu desenvolvimento pode proporcionar o país passou a dar prioridade através da criação do Ministério do Turismo que significou muito para a actividade turística do país. Posteriormente a criação do ministério, a actividade passou a ser tratada com mais seriedade em todas as esferas governamentais e inclusive transformando a visão da sociedade que passou a actuar de forma mais participativa em seu desenvolvimento, bem como atraiu mais investimentos por parte da iniciativa privada.

A região Nordeste por ser uma das mais pobres do país vê no turismo e em seu grande potencial uma forma de crescimento económico reduzindo a desigualdade da região perante as outras regiões do país.

Posteriormente serão vistos os planos e projectos que foram realizados no Brasil e que de forma planeada estão ampliando significativamente o desenvolvimento da actividade no país. Porém, não apenas benefícios são observados, há localidades como a Paraíba, localizada na região Nordeste e objecto principal deste estudo onde principalmente por motivos de cunho político a actividade se desenvolve de forma lenta ficando atrás de estados vizinhos como Pernambuco, Rio Grande do Norte e Ceará consideravelmente mais desenvolvidos turisticamente.

Capítulo 4

Planeamento

4.1.Introdução

O planeamento é um importante instrumento de apoio ao desenvolvimento da actividade turística, a sua importância decorre do facto do turismo ser uma actividade multidisciplinar e envolver principalmente as áreas económica, social, cultural e ambiental. Assim, é preciso que tudo seja realizado em harmonia para que os efeitos positivos sejam ampliados e os impactos negativos não prejudiquem a ponto de provocarem danos irreparáveis.

Este capítulo relata os tipos e fases do processo planeamento adaptando-se aos desejos e necessidades de cada localidade, a partir da sua elaboração que deverá ser realizada de forma participativa até a fase da implementação que é considerada a mais importante do processo, bem como os planos projectos e políticas públicas realizados no Brasil e posteriormente no estado da Paraíba.

4.2. Planeamento

Segundo Costa (2001), citado por Almeida (2006):

O início do planeamento contemporâneo está associado à Revolução Industrial. Esse período foi marcado pelo surgimento de inúmeros problemas urbanos decorrentes do rápido aumento populacional ocasionado pelo êxodo rural. Acreditava-se que os problemas surgiram pelo facto de que a estrutura das cidades não suportavam esta crescente ocupação. Sendo assim, o planeamento no período pós – Revolução Industrial foi caracterizado por propostas e soluções físico - espaciais a estes problemas urbanos. Com o final da Segunda Guerra Mundial, a sociedade esteve novamente à frente de problemas relacionados às estruturas das cidades. Neste período pós – guerra, houve a necessidade de reconstrução dos espaços que se encontravam destruídos em decorrência da guerra.

É a partir dos anos 70 que a antiga forma de planeamento começa a ser questionada. Nesse período, chega-se à conclusão de que o planeamento é influenciado por situações específicas de cada lugar, pela actuação política das organizações e pela capacidade de interceder nas decisões por parte de determinados grupos. Nesse período passa-se a realizar intervenções mais específicas, relacionadas a: melhoria da qualidade de vida de determinadas áreas geográficas e envolvendo grupos sociais particulares; recuperação de unidades e grupos urbanos com características arquitectónicas; aumento e melhoria das áreas de lazer, recreio e comércio; melhoria da acessibilidade, etc.

A Revolução Industrial significou um marco na aceleração do processo evolutivo do planeamento, pois para haver produção em massa é necessário haver um planeamento com a utilização de recursos eficazes para o transporte e a comunicação.

Pode-se dizer que o planeamento é nada mais nada menos que a acção ou o efeito de se planear para alcançar objectivos previamente estabelecidos, ou seja, o trabalho realizado ao se criar um plano para empresas ou organizações que almejem um maior compromisso para atingir os objectivos que foram anteriormente traçados.

O planeamento também é definido como um poderoso instrumento administrativo de percepção da realidade, e é a partir de sua análise de avaliar as possibilidades disponíveis para escolher o melhor caminho a seguir como uma orientação para as

decisões a serem tomadas na construção de um futuro, transformando a realidade de acordo com os objectivos e metas pré-estabelecidos.

Segundo Molina e Rodriguez (1987) que definem o planeamento como:

“La planificación es el resultado de un proceso lógico de pensamiento mediante el cual el ser humano analiza la realidad circundante y establece los medios que se permitirán transformarla de acuerdo con sus intereses y aspiraciones. Resulta así, que la forma adecuada de planificar consiste en analizar objetivamente una realidad y condicionar las acciones al problema.”

Outro item de suma importância para uma melhor compreensão do conceito de planeamento, que segundo Oliveira (2001), “pode ser conceituado, como um processo desenvolvido para o alcance de uma situação desejada de um modo mais eficiente, eficaz e efectivo, com a melhor concentração de esforços e recursos para a empresa.”

Para Lopes (1990), o planeamento “consiste, num sentido lato, em processo que estabelece objectivos, define linhas de acção e planos detalhados para atingi-los e determina os recursos necessários à consecução dos mencionados objectivos.”

Em um sentido mais vasto, muito ligado ao sector público, “o planeamento é também entendido como método coerente e compreensivo de formação e implementação de directrizes, através de um controle central de vastas redes de órgãos e instituições interdependentes viabilizados por conhecimentos científicos e tecnológicos.” (Lopes, 1990)

Considera-se que o planeamento integra três tipos, são eles: o planeamento estratégico, o planeamento tático e o planeamento operacional.

4.2.1. Planeamento Estratégico

O planeamento estratégico é uma ferramenta de gestão cujo objectivo está em dar as direcções e os percursos para as instituições, fornecendo-lhes sustentabilidade. É entendida como uma metodologia gerencial permitindo definir um rumo que servirá de guia para a organização, buscando uma maior interacção com o ambiente.

Chiavenato (2003) *apud* Drucker observa que:

Planeamento estratégico é o processo contínuo de, sistematicamente e com maior conhecimento possível do futuro contido, tomar decisões actuais que envolvem riscos; organizar sistematicamente as actividades necessárias à execução dessas decisões e através de uma retro alimentação organizada e sistemática, medir o resultado dessas decisões em confronto com as expectativas alimentadas.

De acordo com Oliveira (1993) o planeamento estratégico “é conceituado como um processo gerencial que possibilita ao executivo estabelecer um rumo a ser seguido pela empresa, com vistas a obter um nível de optimização na relação da empresa com o ambiente.”

O planeamento estratégico relaciona-se com os objectivos estratégicos a serem atingidos à médio e longo prazos que interferem directamente nos rumos e durabilidade da empresa. Todos os planos táticos e operacionais devem ser construídos de forma a se articularem e se integrarem em todo o processo de planeamento, de forma a minimizar as perdas e maximizar os resultados.

Para Lacombe (2003), “o planeamento estratégico refere-se ao planeamento sistémico das metas de longo prazo e dos meios disponíveis para alcançá-las, ou seja, aos elementos estruturais mais importantes da empresa e a sua área de actuação, e considera não só os aspectos internos da empresa, mas também e principalmente, o ambiente externo no qual a empresa está inserida.”

Como deve ser em todos os processos de planeamento, raciocinar e realizar uma análise da área em que se irá actuar, devem ser estes em um momento inicial extremamente bem delineados sendo partir deste momento inseridos o cenário que se irá actuar.

Para Lacombe (2003) “o cenário é a previsão da situação geral de um ambiente externo e interno de uma empresa para determinada época futura, feita, em geral, com a finalidade de formular um planeamento estratégico.” A estratégia determina os caminhos e as decisões que marcam a natureza da organização.

Seguindo o mesmo tipo de pensamento Lacombe (2003) afirma que “o conceito de planeamento estratégico está intimamente vinculado ao de eficácia, isto é, fazer a coisa certa ou correcta, ou seja, aquilo que precisa ser feito para atingir resultados que sejam válidos para a organização”.

4.2.2. Planeamento Tático

Na visão de Oliveira (1993), o planeamento tático “tem por objectivo otimizar determinada área de resultados e na empresa como um todo. Trabalha com decomposições dos objectivos, estratégias e políticas estabelecidas no planeamento estratégico.”

Complementa Oliveira (1993) que o planeamento tático “é desenvolvido a níveis organizacionais inferiores, tendo como principal finalidade a utilização eficiente dos recursos disponíveis para a consecução de objectivos previamente fixados”.

No planeamento tático, seus retornos são considerados de médio prazo, normalmente é desenvolvido pela área gerencial, e está em desenvolver meios para que objectivos sejam alcançados através da criação condições favoráveis para que os recursos disponíveis sejam utilizados com eficácia.

4.2.3. Planeamento Operacional

Normalmente é este tipo de planeamento que especifica com exactidão quais os recursos que devem ser disponibilizados para cada um dos produtos e serviços fornecendo os respectivos cronogramas de forma mais precisa.

Para Lacombe (2003):

O planeamento operacional é uma função gerencial, de acordo com concepção de Fayol, que especifica que recursos deve estar disponíveis para cada produto e fornece o cronograma, e as principais decisões a seu respeito são inerentes a actividade de se administrar de cada um dos chefes de unidades organizacionais.

Oliveira (1993) argumenta que o planeamento operacional “pode ser considerado como a formalização, principalmente através de documentos escritos, das metodologias de desenvolvimento e implantação estabelecidas”.

Os benefícios advindos do planeamento no caso do turismo não estão voltados exclusivamente para atender os visitantes, mas tem como principal objectivo a melhoria da qualidade de vida da população o que acaba também por se expandir até os visitantes, verificando-se que é de extrema importância a participação e o envolvimento da comunidade em todo o processo de planeamento.

O Planeamento tem por finalidade principal orientar as decisões a serem tomadas, não representando, como pensa a grande maioria a solução para todos os problemas pelo facto de demandar elevados custos e tempo em sua elaboração.

Não há um modelo de planeamento que seja facilmente aplicado a toda e qualquer localidade, pois cada região tem suas especificidades, problemas e exigências. O planeamento deve adequar-se as particularidades e diferenças sempre respeitando os desejos e necessidades da comunidade envolvida nas regiões onde serão implantados.

Dias (2003) considera que a diminuição das desigualdades social, política e económica é o objectivo que, visando a melhoria da qualidade de vida das populações, deve ser perseguido pelo planeamento como política do Estado. E o turismo, dentro das políticas públicas, deve perseguir o mesmo através do desenvolvimento sustentável e perspectivando a manutenção de um equilíbrio em suas três dimensões: o económico, o sociocultural e o ambiental.

Diante da dimensão ocupada pelo turismo, a proposta é que o planeamento e o desenvolvimento se integrem, ou seja, ao desenvolver a actividade turística juntamente com a comunidade local, as chances de ampliar os benefícios socioculturais, económicos e ambientais, proporcionado tanto ao turista quanto a comunidade local que também ganha com produtos de melhor qualidade.

Inskeep (1991) alerta ser necessária a inclusão da comunidade em todo o processo de planeamento e tomada de decisões. Este conceito baseia-se no facto de que o planeamento é realizado para os residentes da localidade, portanto, deve participar efectivamente do seu desenvolvimento expressando suas opiniões e seus desejos para o futuro.

Kanter e Ruesch (2003) mostram a importância do envolvimento da comunidade, eles devem se sentir parte do processo, ajudando em todas as realidades sociais, culturais, económica e recursos naturais, necessárias para que o desenvolvimento ocorra com sucesso. Se, pelo contrário, o processo de planeamento é imposto, seja por alguma organização ou empresa alheia à comunidade local sem dar participação à população e inclusive a ignorando a sua opinião, o planeamento resultante terminará em um verdadeiro fracasso, produzido pela resistência ou rejeição por parte da comunidade local.

O planeamento do desenvolvimento não admite experimentos ou trabalhos de laboratório. Os erros de desencadeamento do processo representam altos custos sociais, e por isso é importante evitá-los. (Molina e Rodriguez, 2001)

Tem-se verificado no contexto mundial um contínuo e significativo aumento no fluxo de pessoas levando-se a considerar a incontestável necessidade de planejar de forma a preservar o meio ambiente e melhorar a qualidade de vida das próprias pessoas.

O planeamento é considerado como um dos recursos metodológicos mais eficientes conseguidos pelo homem e é através deste recurso que a racionalidade é aplicada como um elemento regulador de suas acções (Ignarra, 2003).

O planeamento tornou-se indispensável no processo de tomada de decisão por fornecer informações e dados consistentes referentes a realidade do que se quer estudar estipulando objectivos a serem alcançados, prazos pré-determinados, e metodologia considerando os recursos disponíveis e os obstáculos que possam impedir a concretização dos objectivos.

Actualmente fala-se muito em planeamento participativo, que é uma vertente do planeamento estratégico. O planeamento participativo tem como principal característica não apenas incentivar que as pessoas participem pois isto já ocorre na maioria dos processos de planeamento, actualmente para se realizar ou se fazer algo é comum pedir sugestões às pessoas, trata-se de um instrumento de intervenção na realidade.

O planeamento participativo parte do princípio de que não haja participação na sociedade, ou seja, de que pessoas e grupos não podem se beneficiar dos recursos necessários para que tenham um mínimo de bem-estar.

Propõem-se que o planeamento participativo seja utilizado como ferramenta por instituições, grupos e movimentos, bem como pelos governos e seus órgãos, para que possam agir direccionados a influenciar na construção externa da realidade, ou seja, servindo como meio para se buscar benefícios sociais maiores.

O sentido do planeamento participativo está em estimular o desenvolvimento de conceitos, exemplos, técnicas e ferramentas para decidir o rumo que se deve seguir de forma correcta, não apenas contribuir para o crescimento e a melhoria da entidade

planeada, mas se inclui como forma de construir novos horizontes, dentre eles, valores que serão parte de uma nova sociedade.

O planeamento participativo tem sua visão própria de participação, surgindo de uma sociedade organizada injustamente, ou seja, organizada de forma não participativa, neste sentido vê-se a participação como uma possibilidade de que os bens naturais e os produzidos pelo homem sejam usufruídos por todos. Tal participação envolve a distribuição de poder e a possibilidade de decisão por parte da sociedade.

Avançar para questões mais gerais e mais complexas, como a de se perceber a forma de contribuição na realidade social, para que assim se possa transformá-la e reconstruí-la na direcção determinada em conjunto, de forma igualitária, com a contribuição de todos os que participam da instituição, grupo ou movimento, quer seja de uma cidade, um estado ou até mesmo de uma nação.

4.3. Fases do Planeamento

Segundo Kotler (2000) o planeamento estratégico tem como objectivo “dar forma aos negócios e produtos de uma empresa, de modo que eles possibilitem os lucros e crescimentos almejados.” Na proporção atingida pelo turismo, o planeamento estratégico tem por objectivo analisar e propor as possíveis modificações e adaptações que se fizerem necessárias e que sejam adequadas para a obtenção de lucro para uma determinada localidade visando seu desenvolvimento.

No nível municipal, o planeamento estratégico difere do plano de governo por representar uma acção fundamentada num processo voltado para a participação e integração efectiva dos cidadãos e das instituições na estratégia de desenvolvimento do município. (IBGE,2003)

Para Inskeep (1991), o processo de planeamento deve seguir as seguintes etapas:

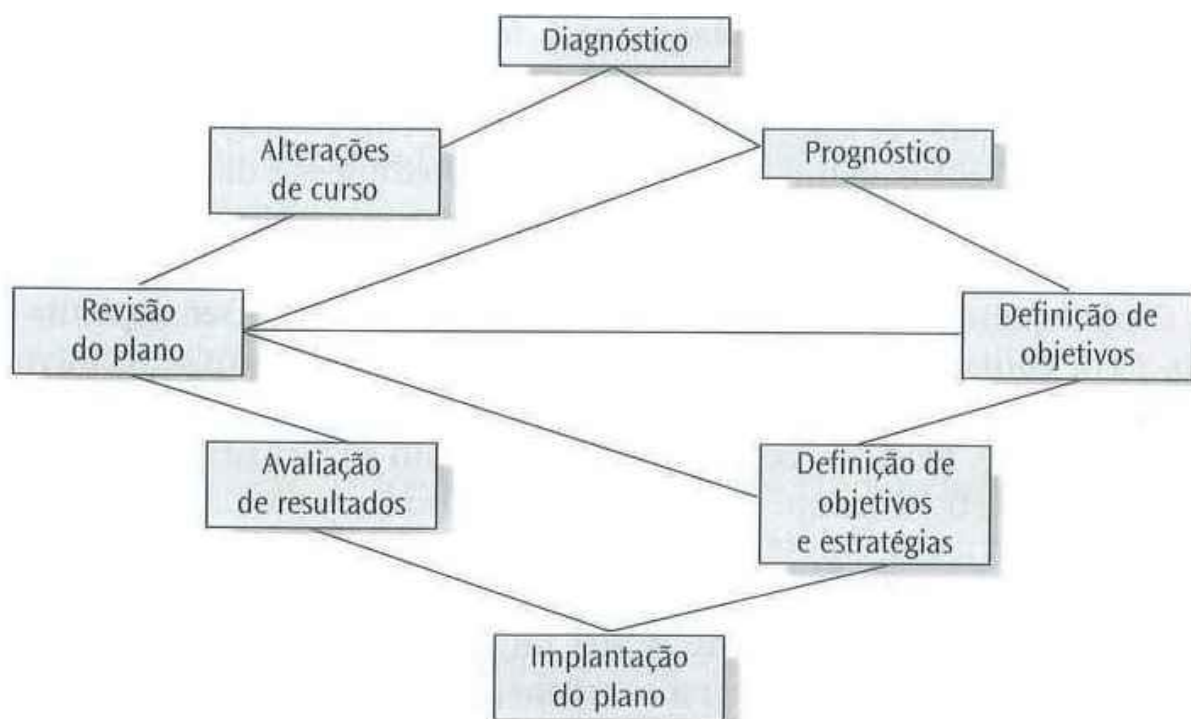
1. Preparação do estudo: realizar uma análise económica, ambiental e social avaliando os custos e benefícios para que a localidade se desenvolva, caso a situação em análise seja avaliada e obtenha uma posição favorável deverá então ser determinado em um documento ou termo de referência. O documento em questão deverá conter todas as especificações para a realização do estudo.
2. Determinação dos objectivos e metas: devem anteceder o planeamento e o estudo podendo ser modificadas a medida em que surgem novas situações que necessitem ser corrigidas.
3. Levantamento e inventariação: recolha das informações, dos dados e intervenção para que se possa verificar a actual situação em que a área estudada se encontra.
4. Análise e síntese: avaliação, análise e síntese dos dados que já foram levantados que servirão de fundamento para a elaboração dos planos e suas recomendações.
5. Formulação do plano: elaboração da política, preparação e desenvolvimento do plano propriamente dito.
6. Recomendações: elaboração das recomendações baseadas nas informações obtidas em todas as fases anteriores.
7. Implementação: execução do plano, esta é a fase que é considerada a mais delicada, a que merece maiores cuidados pois é nesta etapa em que costumam ser identificadas as maiores falhas.
8. Monitorização: deve ser uma constante em todo o decorrer do plano para que sejam feitas as correcções e modificações necessárias à medida em que estas surgem.

Também considerado um dos mais importantes, o planeamento proposto por Ignarra (2003) percorre as seguintes etapas:

1. Diagnóstico: identificar a actual situação do município, fazer um estudo sobre a demanda actual e os produtos que o destino pode vir a oferecer. Subdivide-se em inventário dos atractivos, listagem das facilidades oferecidas, acessibilidade, demanda, visão socioeconómica, visão urbanística e relativa aos equipamentos e serviços, além da mão-de-obra existente.
2. Prognóstico: previsão do futuro, imaginar todas as possibilidades possíveis, levantar todas as hipóteses prováveis a partir daí escolher o melhor caminho e ter alternativas caso surjam falhas.
3. Fixação de objectivos e metas: examinar e detalhar os objectivos que foram estabelecidos na fase inicial, estes devem ser bem definidos. É neste momento que são decididos os objectivos e as metas e tempo previsto a serem alcançadas.
4. Determinação de estratégias: devem ser definidos os caminhos para que os objectivos e metas que foram anteriormente definidos para indicar as responsabilidades, sejam elas públicas ou privadas, para que sejam alcançadas com sucesso nos seus respectivos prazos.
5. Implementação do plano: durante este processo que é considerado o mais importante é preciso a colaboração de todos, bem como a criação de uma coordenação que possa acompanhar todo o processo para que o plano seja cumprido de acordo o que o que foi previamente estabelecido com qualidade e dentro das normas e leis de conservação tanto ambientais quanto patrimoniais recomenda-se que este acompanhamento seja realizado por meio de um Conselho de Turismo e que tenha nele representantes de todos segmentos da sociedade que estejam comprometidos com o desenvolvimento do turismo.
6. Acompanhamento dos resultados: deve ser elaborado um sistema, com um banco de dados, permanentemente alimentado com as informações necessárias para que

seja possível analisar todos os resultados realizando as correcções ou alterações que se façam necessárias com máxima eficácia.

Figura 1: O ciclo do Planeamento



Fonte: Ignarra (2003)

A figura acima mostra um modelo de metodologia de planeamento proposto por Ignarra (2003) no qual demonstra todas as variáveis que devem estar comprometidas com o processo.

Pode-se dizer que há consenso entre muitos autores referente as fases fundamentais no processo de planeamento em turismo, são elas: diagnóstico; prognóstico; definição dos objectivos, metas e estratégias; recomendações; implantação e monitoramento. (Beni em Lage, Milone, 2000; Cooper et.al., 2001; Dias, 2003; Ignarra, 1991; Inskeep, 1991; Marques Bissoli, 1999; Molina, Rodriguez, 2001; Oliveira, 2002; Petrochi, 2001; Ruschman, 1997). As propostas apresentadas pelos

autores seguem a mesma linha de pensamento havendo apenas alguma complementaridade entre eles.

Por fim, torna-se necessário citar Kotler (1994) que ao fazer a proposta de um planeamento estratégico de *marketing* questiona:

1. Auditoria local (diagnóstico) – Como é a localidade na actualidade?
2. Visão e objectivos (definição de objectivos e metas) – O que os residentes querem que a localidade seja ou se torne?
3. Elaboração de estratégias – Que estratégias auxiliariam a comunidade a atingir seus objectivos e metas?
4. Plano de acção – Que atitudes específicas devem ser tomadas pela comunidade para colocar em prática suas estratégias?
5. Implantação e controle – O que a comunidade precisa fazer para garantir uma implantação bem sucedida?

Apesar de parecer simples o processo de planeamento exige uma preparação detalhada para que se obtenha os resultados esperados, por existir uma complexidade para a elaboração e implementação dos planos de desenvolvimento turístico. Tal complexidade ocorre, pelo facto de o planeamento reunir diversos e distintos factores como o social, cultural, económico, institucional e ambiental.

Para gestões sérias e responsáveis, o acto de planear não significa apenas a elaboração de documentos para a obtenção de recursos, mas sim com a finalidade de dar uma direcção correcta a decisões e investimentos. Para que o processo de planeamento turístico esteja de acordo com as necessidades, a fim de que se possa atingir os resultados esperados, todas as fases devem ser realizadas, com o apoio de uma equipa multidisciplinar levando em consideração todas as regras, metas e objectivos previamente estabelecidos.

O planeamento deve ser percebido como uma actividade que reúne e organiza informações e disponibiliza bases técnico – científicas para dar apoio as decisões, sem esquecer que o para o planeamento de facto ocorrer, nele deve estar inseridas três dimensões: técnica, dando suporte para a elaboração e implementação dos planos e projectos visando o desenvolvimento local; financeira e política.

O sucesso do planeamento depende principalmente do nível de comprometimento dos agentes que estão envolvidos com o desenvolvimento do turismo. Cada um deve realizar seu trabalho de acordo com o que lhe foi atribuído em todas as fases, e durante o processo realizar o monitoramento apresentando e corrigindo os erros que possam surgir.

4.4. Planeamento e Turismo

É comum dizer-se que o planeamento em turismo, iniciou-se na França, com a elaboração do primeiro “Plano Quinquenal de Equipamento Turístico” que compreendia o período de 1949 e 1952. Outro país pioneiro no campo do planeamento do turismo em nível nacional foi a Espanha, em 1952, ao passo que criava o Ministério de Informação e Turismo (Marques e Bissoli, 2000).

Ao longo da década de 60, o planeamento foi-se expandindo na Europa entre os países com vocação e interesse turístico e, na década de 70, estendeu-se para outras regiões, começando também a ser difundido na América Latina. Em 1968, o México elaborou o primeiro “Plano Nacional de Desenvolvimento do Turismo”. A Argentina, no mesmo ano, elaborou o primeiro documento para planificação da actividade turística do país que serviu de base para o primeiro “Plano Nacional de Desenvolvimento do Turismo” (Marques e Bissoli, 2000).

No início da década de 70, foram realizados planos em países como Colômbia, Venezuela e Panamá. A influência do enfoque urbanístico na elaboração do

planeamento turístico estendeu-se até a década de 90. No caso da América Latina, o enfoque urbanístico coexistiu com o de política económica, como no caso de Cancún, no México, e Puerto Plata, na República Dominicana, concebidos com o objectivo de captar divisas e contribuir com a geração de empregos e o desenvolvimento regional (Marques e Bissoli, 2000).

Um plano nacional de turismo para um país, reproduz o planeamento estratégico, representando-o de forma a introduzir as directrizes gerais que devem ser seguidas pelo planeamento em prol do desenvolvimento do turismo.

O Planeamento ao se relacionar com o turismo torna-se um processo mais delicado por ser o turismo uma actividade multidisciplinar e por tratar directamente com pessoas, se o planeamento for idealizado e implantado da forma correcta preocupando-se com todos os factores que envolvem a actividade terá grandes possibilidades de ser um sucesso, caso contrário, corre sérios riscos de causar danos irreversíveis principalmente ao meio ambiente ou mesmo a monumentos que jamais serão reparados.

Cooper et al (2001) consideram como planeamento em nível internacional as linhas de acção definidas para fim de orientação. Os exemplos de agentes de planeamento internacional são: a Organização Mundial de Turismo (OMT), União Europeia, *Caribbean Tourism Organization (CTO)*, etc.

Ao nível nacional o planeamento se estende a todo o território do país. Devido a sua extensão geográfica e o nível de abrangência, o planeamento termina por ficar restrito a estabelecer directrizes gerais, tendo um papel apenas de orientação.

O planeamento turístico em nível nacional deve incluir: políticas de turismo; estratégias de marketing; estrutura de impostos; esquema de incentivos e subsídios; legislação relativa a empregos e investimentos; desenvolvimento de infra-estrutura; sistemas de transporte e organizações externas e internas; programas de educação/treinamento e força de trabalho (Cooper et. al., 2001).

Ao se realizar um planeamento em âmbito nacional deve-se haver uma maior preocupação voltada para o meio ambiente e áreas de património histórico e cultural, ou seja, a elaboração de leis necessárias a protecção e conservação de bens de finalidade turística, fomento, infra-estrutura de apoio, enfim, tornar possível o desenvolvimento do turismo de forma sustentável proporcionando meios para que isso ocorra.

Ruschman (1997) destaca mais especificamente, em nível nacional, que o planeamento do turismo dever ter uma maior preocupação com a protecção e conservação dos recursos turísticos; buscar incentivo e investimento para desenvolver tipos de turismo que gerem o máximo de benefícios para a nação e o mínimo de impactos sobre o ambiente; prevenir e corrigir no sentido de manter a qualidade ambiental; definir os padrões e meios para o desenvolvimento socioeconómico e físico da nação através do processo de planeamento; resolver questões relacionadas a concentração do turismo em termos espaciais e temporais; distribuir a actividade turística ao longo do território de forma a possibilitar a integração nacional e o desenvolvimento regional.

Quando planeado de forma adequada, o sector de viagens e turismo actua como uma atraente oportunidade para se desenvolver novos negócios, promover novas culturas, melhorar a distribuição de renda além de actuar como ferramenta na preservação ao meio ambiente e ao património histórico, proporcionando ao homem usufruir das opções de lazer e entretenimento oriundas do turismo. Porém, o turismo não pode se desenvolver em toda e qualquer localidade, antes de ser implementado deve haver um planeamento onde deve-se analisar a disponibilidade dos recursos, os mercados potenciais, a aceitação e a participação da comunidade, disponibilidade de mão-de-obra e infra-estrutura necessárias para dar suporte a actividade turística.

As relações entre a actividade turística e os lugares onde ela se desenvolve nem sempre resultam apenas em impactos positivos, muitas vezes podem resultar em impactos negativos causando sérios danos e prejuízos. A medida em que o tempo passa, também observamos em muitos casos a perpetuação dos costumes, das crenças, expressões artísticas e edificações, apresentando-se, cada vez mais, como

sendo um valioso património para actividade turística dos lugares. Porém, o que muitas vezes ocorre é a exploração de forma indevida dos lugares e de seus atractivos, seja pelo sector privado ou público, apossando-se do espaço, transformando-o ou muitas vezes inserindo nele inúmeras facilidades que acabam por comprometer não só a qualidade de vida da população bem como a qualidade ambiental. Muitas vezes também se percebe a criação de ambientes que servem apenas para serem utilizados pelas camadas mais ricas da população.

Muitos danos causados em decorrência do desenvolvimento da actividade turística, sejam eles prejuízos sociais, culturais, ambientais ou económicos, normalmente são associados as formas de se planejar o turismo pois, ao haver um planeamento da actividade turística ocorrem mudanças que provavelmente não ocorreriam de outra forma. Hall (2001) sustenta que as condições impostas pelo planeamento turístico e com a intervenção por parte do governo em seu processo de desenvolvimento são típicas soluções para que não haja um crescimento desordenado do sector, em especial no âmbito local; o planeamento visa reduzir os impactos negativos e ampliar os benefícios especialmente os económicos, estimulando assim um retorno positivo por parte da comunidade receptora em relação a actividade turística. Desta forma o planeamento é visto como um elemento crítico na garantia de um desenvolvimento sustentável a longo prazo em destinos turísticos.

O planeamento não se limita apenas a uma previsão do futuro desejado, disponibilizado sob a forma de documentos. Tornou-se comum que planos quando não são implementados, transformem-se em meros documentos burocráticos que prevêem metas a serem atingidas em condições previsíveis. Actualmente a tendência é que as metodologias de planeamento estejam cada vez mais voltadas para a cultura de cada local, tendo a comunicação como uma ferramenta essencial neste processo.

A comunicação é de extrema importância para o desenvolvimento do turismo por deter o poder de intervir nos desejos e vontades da população, dependendo da forma como actua, pode intensificar ou afastar os fluxos turísticos em determinada localidade. É inegável que os meios de comunicação interferem directamente na

decisão do turista, por isso é fundamental que a mensagem transmitida esteja de acordo com a realidade inspirando credibilidade e respeito ao turista. Porém, a mídia não serve apenas para a divulgação de produtos turísticos, também pode assumir um papel ao incentivar a implementação do planeamento participativo utilizando as informações transmitidas em prol de alcançar um grande número de pessoas auxiliando o poder público a divulgar seus planos, conscientizando a população sobre a importância de sua participação.

No sentido de um planeamento participativo, Sant'Anna, Oliveira e Berentein (2001) destacam a importância deste tipo de planeamento na busca de um Estado descentralizado:

(...) Ao que tudo indica, o desenvolvimento impulsionado pelo Estado centralizador e excludente está com os dias contados. Uma estratégia moderna de desenvolvimento começa a introduzir conceitos de escassez, ecologia e valorização do espaço físico, através do resgate de uma cidadania de uma gestão pública, democrática e co-responsável. (...) A gestão participativa visa, essencialmente, democratizar as relações entre o Estado e a sociedade civil, permitir a expressão criativa dos movimentos sociais, identificar os problemas locais como um todo, interpretar os interesses específicos da comunidade e discutir possíveis soluções. É desejável que o desenvolvimento local seja discutido, analisado e realizado no âmbito da sociedade local, através da participação directa dos cidadãos. Trata-se de valorizar o conceito de cidadania como força propulsora do desenvolvimento sustentável. (...)

O planeamento turístico associado a uma gestão participativa realizada de forma descentralizada é de suma importância pois se torna mais sensível às necessidades da comunidade local e ao ser participativa torna-se mais facilmente aceita proporcionando uma sustentabilidade económica por um período mais longo.

4.5. Desenvolvimento do Planeamento e das Políticas Públicas de Turismo no Brasil

As políticas de turismo aos poucos vêm ocupando seu espaço no âmbito do planeamento e das gestões públicas, diferenciando-se de outras políticas como as

voltadas para a saúde e a educação que já possuem cronograma e projectos bem definidos (Maia, 2004).

O turismo começou a ser observado com maior interesse a partir da criação em 1938 de um decreto-lei que tinha por finalidade autorizar a venda de passagens para viagens aéreas, marítimas ou ferroviárias. Na mesma década igualmente através de decreto criou-se o primeiro organismo federal voltado para o turismo intitulado “Divisão de Turismo”, tendo as funções de supervisão, organização e fiscalização dos serviços turísticos já existentes no país, internos e externos.

Historicamente, apesar de sua grande importância como potencial gerador de emprego e renda, as políticas de turismo encontram-se às margens das políticas públicas. No que diz respeito ao planeamento turístico no país, foi em 1958 no Governo de Juscelino Kubitschek que, por meio de projectos de integração nacional associados ao mercado automotivo e a construção de estradas, formando uma classe média proprietária de carros de passeio (Becker, 2008). A partir deste momento passou a haver uma maior circulação comercial desenvolvendo os mercados turísticos brasileiros.

No ano de 1958 houve a criação da COMBRATUR (Comissão Brasileira de Turismo) que tinha como principais funções coordenação e desenvolvimento da actividade turística; estudo e supervisão dos fluxos turísticos; promoção e estímulo da actividade; inventariação da oferta turística com o apoio dos governos estadual e municipal.

Em 1961 a anteriormente criada divisão de turismo é incorporada ao Ministério da Indústria de Comércio, tendo o turismo cada vez mais importância dentro do governo. A COMBRATUR foi extinta em 1962, e na mesma década em 1966 foi criado o Conselho Nacional de Turismo (CNTur) e também a Empresa Nacional de Turismo (EMBRATUR) que existe até os dias de hoje. No ano seguinte, em 1967 é criado pelo Ministério das Relações Exteriores o Sistema Nacional de Turismo para funcionar em conjunto com a EMBRATUR.

Na década seguinte, durante o ano de 1971 é criado o Fundo Geral de Turismo (Fungetur) visando atrair financiamentos para empreendimentos, obras e serviços destinados ao turismo sob a gerência da EMBRATUR tendo em 1976 um incentivo ao turismo estrangeiro no Brasil. Em 1977 são instituídas leis com o intuito de proteger “áreas especiais e locais de interesse turístico” tendo um importante valor para os patrimónios naturais e culturais.

Após um período de estagnação novamente no ano de 1991 a então Empresa Brasileira de Turismo continua como EMBRATUR, mas recebe a designação de Instituto Brasileiro de Turismo ligado directamente a Secretaria de Desenvolvimento Regional da Presidência da República passando a ter como actividades principais, de acordo com Dias (2003): criar, organizar e actuar no cumprimento da política pública de turismo. Em 1992 institui-se o Plano Nacional de Turismo (Plantur) sendo considerado o primeiro documento de planeamento turístico nacional mas que não chegou a ser implementado, ou seja, não chegou a sair do papel. Posteriormente no ano de 1996 há o lançamento do documento intitulado Política Nacional de Turismo: Directrizes e Programas – 1996/1999 sendo um documento onde teriam as orientações para o desenvolvimento a actividade turística do país nos anos seguintes.

Considerando-se um marco na história turística do Brasil, fornecendo a actividade a importância merecida pela sua contribuição para o desenvolvimento do país nos mais diversos sectores, é criado pelo então Presidente Luís Inácio Lula da Silva o Ministério do Turismo, passando o turismo a ter uma pasta prioritária no governo. Diante das actividades a serem exercidas pelo novo ministério em 2003 é lançado o Plano Nacional de Turismo 2003-2007 (PNT 2003-2007) apresentando metas optimistas e confiantes para a promoção e o desenvolvimento da actividade turística nacional e regional tendo continuidade após reformulação com uma nova estrutura e novas metas para os anos de 2007-2010.

Como se pode perceber diante do anteriormente exposto, o turismo no Brasil desenvolveu-se lentamente, tendo a sua real importância de forma mais planeada apenas a partir dos anos 90, como consequência do aumento da importância do turismo e do sector de serviços a nível mundial. O elevado potencial turístico

existente no Brasil, a acessibilidade ao capital estrangeiro para o financiamento de projectos bem como a participação dos sectores público e privado mostrando uma visão do quão vantajoso e favorável é o desenvolvimento da actividade turística para o país, e dos benefícios principalmente nos níveis económico, social, cultural e ambiental que o turismo pode proporcionar.

A importância económica do turismo é diferente para cada uma das regiões mundiais, uma vez que o grau de desenvolvimento do turismo não seguiu o mesmo ritmo de crescimento em cada uma delas. Esse facto se deve, fundamentalmente, à incidência de diversos factores, dentre os quais, cabe ressaltar: grau de crescimento e desenvolvimento económico; renda disponível da população; tempo livre; aspectos demográficos; entorno político; costumes e crenças religiosas; nível geral de educação; grau de desenvolvimento tecnológico, etc.

4.6. Sistema de Planeamento e Políticas Públicas de Turismo no Brasil

O termo política é comumente usado para indicar uma actividade ou conjunto de actividades, que, de alguma forma, possuem como termo de referência a polis, ou seja, o Estado (Dias, 2003).

Segundo Dias (2003), política pública é o conjunto de acções executadas pelo Estado, enquanto sujeito, dirigidas a atender as necessidades de toda a sociedade. São linhas de acção que buscam satisfazer ao interesse público, e são direccionadas ao bem comum.

No Brasil, as políticas públicas voltadas para o turismo, sempre foram pouco referidas pelas bibliografias em turismo e áreas em afins, provavelmente pelo facto de que apenas nos últimos anos a actividade tenha recebido a importância merecida por parte do governo e das políticas nacionais. Apenas à partir dos anos noventa é que a actividade turística passou a ser vista pelos governantes como um instrumento capaz

de contribuir para o desenvolvimento económico e social de forma integrada as cidades, regiões e o país como um todo.

As políticas públicas em turismo são os pilares de sustentação da formulação, ou seja, do planeamento, do plano, da realização de projectos e programas, da preservação, conservação, proporcionando novas formas de utilização para os patrimónios natural e cultural e sua sustentabilidade, e as estratégias a serem empregadas, bem como dos investimentos e vendas para o desenvolvimento turístico de um país ou de uma região.

O planeamento da actividade turística no Brasil tornou-se de facto real a partir da criação da EMBRATUR (Empresa Brasileira de Turismo, hoje Instituto Brasileiro de Turismo), no período do regime militar, no ano de 1966 (Pereira, 2000).

O planeamento governamental brasileiro sempre foi alvo de muitas críticas e fracassos, com um conjunto de acções centralizadas e sectorizadas que não conseguiam compreender a complexidade do fenómeno turístico fracassando na maioria das vezes e provocando repercussões negativas na sociedade (Cruz, 2000).

No entanto, apenas a partir do surgimento dos programas como o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) e na sequência Planos Nacionais de Turismo (PNT), Programa de Regionalização do Turismo (PRT) e 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional inovando com base em novas tendências e exigências da sociedade descentralizando e realizando parcerias entre dos sectores públicos e privados.

Falar em planeamento turístico no Brasil é impossível deixar de enfatizar as políticas públicas voltadas para o turismo. O Brasil é um país de dimensões continentais, com 26 Estados e o Distrito Federal, com 5.561 municípios de acordo com o IBGE, e muitos deles com potencial turístico o que torna difícil elaborar um plano de turismo que envolva o país como um todo, pois cada região e seus municípios possuem distintos problemas, desejos e necessidades.

O Brasil tem tudo crescer no turismo, com todos os atractivos que possui, uma imensa diversidade cultural, sua singularidade e a hospitalidade do seu povo que não mede esforços para atender bem ao turista. Muitos lugares hoje já estão tão turistificados que acabam perdendo a sua identidade, aumentando a procura por deferentes lugares onde ainda haja autenticidade.

O Brasil possui um litoral extenso com belíssimas praias e um clima tropical além da sua história e riquezas culturais. Claro que não podemos esquecer dos problemas da insegurança, da educação que ainda irá demorar a sentir os reflexos dos investimentos relacionados a este campo e o serviço de saúde precário além de uma das piores distribuições de renda do mundo. Porém observa-se uma transformação política e económica e o que antes era sonho está cada vez mais perto de se tornar realidade, o Brasil está uma óptima fase e em relação ao turismo, houve uma grande evolução após a criação do Ministério do Turismo e os planos que antecederam sua criação e serviram como base para os planos posteriores que vem transformando a actividade de forma planeada e organizada multiplicando os seus benefícios .

Para Beni (2004), ao se estruturar uma política de turismo deve-se ter como base três pilares principais, sendo eles o social, a cultura e a economia, anexando a estes a área ambiental.

O sector de serviços tem melhorado muito nos últimos anos, principalmente através da implantação dos planos e projectos voltados para o turismo que também inserem a qualificação profissional como uma das suas prioridades, mais ainda está aquém da qualidade exigida pelos mercados internacionais, como exemplo o sector de transporte aéreo que ainda possui as tarifas mais caras do mundo.

O turismo é uma actividade que possibilita um aumento do capital e também segue a regra de inclusão/exclusão, do ponto de vista em que a prática do turismo ainda é observada como uma actividade usufruída por poucos e como um elemento superficial, levando a conclusão de que, ao privilegiar apenas uma pequena parte desse fenómeno tão complexo e dinâmico poderá causar graves problemas para sua implantação e seu desenvolvimento em conjunto outras actividades económicas fazendo com que não seja sustentável e duradouro (Trigo; Netto, 2003). É neste

sentido que o governo propõe planos e programas com o objectivo principal de promover a inclusão social pelo turismo.

O turismo é considerado uma actividade capitalista que interfere na organização dos espaços de forma positiva ou negativamente, para ordenar e minimizar esses impactos, é necessário que haja um controle por parte do governo, da iniciativa privada e da própria comunidade onde a actividade turística está inserida. Essa actividade enquanto produtora e produto do capitalismo contemporâneo reproduz as relações sociais excludentes. A maioria da população está excluída não somente das oportunidades de participar dos frutos da riqueza gerada, mais também da produção da riqueza (Martins, 2002).

Contudo, a inclusão social proporcionada pelo turismo é uma mudança que só ocorre a médio prazo, pois a lógica económica mundial que projectou os parâmetros actuais onde a inclusão é apenas para alguns e a exclusão é para muitos. O modelo concentrador de riquezas facilita a alguns grupos e pessoas o acesso a bens e serviços fundamentais, ou seja, a segurança, a justiça, a vida política porém, ao mesmo tempo nega a muitos as condições de uma vida digna.

Segundo Cruz (2000): Uma política pública de turismo pode ser entendida como um conjunto de intenções, directrizes, estratégias e/ou acções deliberadas no âmbito do poder público, em virtude dos objectivos de alcançar e/ou dar continuidade ao pleno desenvolvimento da actividade turística num dado território. Toda a política é imbuída de uma intencionalidade e de uma ideologia.

4.7. Conclusão

Diante do exposto não há como negar que o planeamento é a parte principal para que toda e qualquer localidade se desenvolva. Podendo ser realizado ao nível

nacional através de políticas públicas e directrizes que sirvam como orientação para o planeamento ao nível local.

O que torna o planeamento local tão importante é o facto de que é onde o turismo realmente acontece, e a participação da comunidade é indispensável pois é quem vive o dia-a-dia da localidade e realmente sabe suas necessidades. O que também ocorre é que quando há um planeamento de forma participativa a comunidade se sente importante por fazer parte do processo e se torna mais receptiva as mudanças propostas o que não aconteceria se o planeamento com suas respectivas modificações fosse apenas imposto a comunidade.

Com um planeamento bem elaborado dentro dos princípios da sustentabilidade, com participação de uma equipe multidisciplinar e da comunidade local, sendo acompanhando todas as fases até a sua implementação, havendo um monitoramento constante há grandes possibilidades de ser um sucesso.

Capítulo 5

Metodologia Científica

5.1. Introdução

O planeamento turístico no Brasil tem evoluído muito nos últimos anos no que se refere ao desenvolvimento das Políticas Nacionais de Turismo. Ainda assim, pode-se dizer que o turismo no Brasil está em processo de amadurecimento e profissionalização.

Actualmente, observa-se que ao nível estratégico do planeamento turístico brasileiro há uma grande preocupação em desenvolver a actividade turística com base nas directrizes do turismo sustentável. Porém, ao nível local, as directrizes raramente são seguidas resultando no desenvolvimento de uma actividade turística predatória gerando efeitos negativos.

Nos capítulos anteriores foram discutidos os pontos de vista de diversos autores acerca da teoria sobre planeamento e políticas públicas de turismo, sendo direccionados a seguir para o estudo sobre o planeamento e as políticas públicas realizadas no Brasil e sua intervenção em âmbito local, onde a actividade turística efectivamente acontece. No caso desta dissertação, será analisado o planeamento turístico, as políticas públicas e os resultados observados em no estado da Paraíba e especificamente em sua capital João Pessoa.

Este capítulo, pretende realizar uma discussão sobre a forma como se conduziu o processo de investigação da presente dissertação. Neste sentido, serão realizadas nas secções seguintes uma breve abordagem sobre o que vem a ser investigação científica e o processo de investigação, realizando uma análise a respeito da problemática do tema, bem como os objectivos gerais e específicos, a recolha dos dados e a metodologia seleccionada.

O planeamento turístico brasileiro analisado posteriormente, encontra-se em um estágio de crescimento, provavelmente pelo facto da preocupação do Brasil com a actividade turística ser recente.

Questões centrais de planeamento estratégico como a descentralização das decisões, a gestão participativa, entre outros, são apontadas como directrizes principais defendidas pelos investigadores em planeamento, porém ao ser analisado ao nível local, com frequência, estas linhas de orientação não são seguidas da forma adequada.

O capítulo denominado “Metodologia” busca apresentar o desenvolver de um processo de investigação, referindo os métodos e técnicas seleccionados, bem como o processo de investigação desenvolvido por esta dissertação. Serão apresentados e discutidos os aspectos teórico-conceituais referentes ao processo de investigação, considerando questões como as fases, os métodos e os objectivos de uma investigação na construção do processo metodológico adoptado, justificando os métodos e as técnicas seleccionadas e apresentando o problema que originou o estudo, bem como os objectivos geral e específicos que orientaram esta investigação.

5.2. Métodos de Investigação Científica

Gil (1999) refere-se ao conceito de ciência como “uma forma de conhecimento que tem por objectivo formular, mediante linguagem rigorosa e apropriada, leis que regem os fenómenos”. O autor ainda conclui que apesar da variedade das leis, em comum elas são capazes de descrever fenómenos possíveis de serem comprovados por meio da observação e da experimentação.

Segundo Gil (2002) a investigação pode ser definida como um procedimento racional e sistemático possuindo como objectivo responder aos problemas propostos. É uma actividade que se desenvolve de acordo com os conhecimentos disponíveis, e com a utilização dos métodos, técnicas e outros processos científicos.

Num sentido mais abrangente entende-se investigação como toda actividade que está voltada para a solução de problemas, como por exemplo: actividade de procura, averiguação, investigação e questionamento da realidade. É o meio de se conseguir, no âmbito da ciência, formar um conhecimento, ou conjunto de conhecimentos, que contribuirão para a compreensão da realidade e na orientação das acções futuras (Pádua, 2002).

Pádua (2002) descreve investigação como uma actividade racional e sistemática impondo que as acções realizadas ao longo de seu desenvolvimento sejam efectivamente planeadas. É fundamental que sejam estabelecidas as etapas a serem percorridas, bem como as acções necessárias e a maneira como serão cumpridas. Geralmente, este planeamento é considerado a primeira fase da pesquisa.

De acordo com Dencker (2000), o que torna o conhecimento científico diferente dos outros tipos de conhecimento é precisamente a maneira ou método para obtê-lo. Para esta autora, o método que se utiliza em ciência consiste num conjunto de normas ou

critérios que servem como referência para o processo de explicação de questões ou problemas científicos.

Desenvolver o percurso metodológico de uma pesquisa significa traçar um caminho que servirá de orientação, tornando-se mais nítido ao longo do processo investigativo. Cabe ao investigador manter o foco no objecto visando perceber suas exigências analíticas, pois são elas que indicam o caminho a ser percorrido.

Para Dencker (1998) o facto de um conhecimento ser científico não significa afirmar que seja verdadeiro. Na realidade, a ciência manifesta-se através da probabilidade de ocorrência, e não da certeza absoluta.

A investigação científica por si só não é garantia de que o resultado obtido através dela seja significativo e correcto, porém é através das regras e métodos que ao serem utilizados aumentam a probabilidade de sucesso e por sua vez uma maior qualidade da informação adquirida.

No campo das ciências sociais, algumas características que são específicas deste campo dificultam a investigação científica (Gil, 1999): a imprevisibilidade do comportamento humano; os fenómenos não são passíveis de quantificação dificultando assim a tradução de resultados obtidos em algumas investigações; alguns investigadores podem, de certa forma, influenciar resultados através das suas experiências e valores; o método experimental utilizado principalmente nas ciências sociais através do controlo das variáveis que podem interferir no que está a ser estudado; dificultando a continuação da investigação inserida nestas condições.

As metodologias de investigação podem ser qualitativas ou quantitativas, possuindo vantagens e desvantagens que são percebidas de forma diferente por vários investigadores. Nos anos 80 surge um pensamento de que o método qualitativo se colocaria contra uma avaliação puramente quantitativa, ou seja, uma metodologia estaria em oposição a outra. Porém, vale salientar que uma metodologia não substitui a outra, ambas são igualmente importantes e se complementam (Dencker, 1998).

Dentro do campo das ciências sociais aplicadas, o turismo adopta a dinâmica dessas relações quanto ao desenvolvimento da abordagem metodológica. Por ser uma actividade multidisciplinar o turismo é considerado mais como um campo científico de estudo do que uma ciência independente com sua própria dinâmica.

A complexidade do conhecimento em turismo comprova-se pela existência de uma linha de investigação, em fase de crescimento, apoiada na teoria dos sistemas e buscando desenvolver estudos de forma inclusiva. Os modelos produzidos são em geral, mais qualitativos do que quantitativos, ou seja, fornecem um guia com orientação para a criação de um quadro ou uma medida (Leiper, 1993).

5.3. Problemas e Objectivos da Investigação

Para Cervo e Bervian (2002), o “problema” é uma questão que envolve de forma intrínseca uma dificuldade teórica ou prática, para a qual se procura uma solução. De acordo com Gil (2002) a definição que mais caracteriza o processo científico é: “questão não solvida e que é objecto de discussão, em qualquer domínio de conhecimento”.

Para formular o problema que dá origem a toda a investigação, o investigador deverá realizar um levantamento da informação disponível, através de uma pesquisa exploratória em busca de conhecimento por meio da literatura e a partir de discussões com pessoas que possuem conhecimento sobre o assunto (Dencker, 2000).

A pesquisa exploratória realizada inicialmente, serve para assegurar ao investigador a importância do tema, fornecendo também bases sólidas que poderão posteriormente originar uma nova formulação do problema que incitou o estudo.

O tema escolhido para a referida dissertação foi “Planeamento e Políticas Públicas do Sector de Turismo em João Pessoa”. Para o desenvolvimento desta dissertação,

realizou-se um estudo aprofundado na teoria do planeamento e das políticas públicas implementadas no Brasil e especialmente na cidade de João Pessoa para o desenvolvimento da actividade turística.

A literatura pesquisada sobre planeamento em turismo demonstra que a actividade turística quando se desenvolve a partir de um planeamento bem elaborado e implementado visando o crescimento da actividade dentro dos princípios da sustentabilidade, reduz consideravelmente os impactos negativos e potencializa os impactos positivos. A gestão municipal é considerada um factor decisivo para a implementação dos planos ao nível local, pois se o poder público não fornece condições para sua aplicação o planeamento estratégico torna-se inviável.

Desse modo, o objectivo geral desta dissertação consiste em analisar como foram desenvolvidos o planeamento turístico e as políticas públicas para cidade de João Pessoa no estado da Paraíba, sob a óptica dos planos e programas nacionais e locais de turismo que serão analisados nos capítulos posteriores. Tendo como referência o objectivo geral, são considerados os seguintes objectivos específicos:

- ▶ Analisar os principais planos, projectos e programas realizados no Brasil para o desenvolvimento da actividade turística;
- ▶ Analisar os principais projectos e programas turísticos que envolvem a cidade de João Pessoa;
- ▶ Levantar quais acções de planeamento turístico e políticas públicas que foram efectivamente implantados em João Pessoa;
- ▶ Analisar a eficácia da implementação dos principais programas e projectos turísticos nacionais que envolvem a Paraíba e em especial a cidade de João Pessoa;
- ▶ Analisar os resultados obtidos com implantação dos planos nacionais e regionais em João Pessoa.

Aliada a análise realizada do contexto económico, social e institucional do Brasil, que possibilitou a identificação de alguns índices que fundamentam a actual situação, são eles: a recente organização do turismo no Brasil; a evolução da gestão urbana de carácter mais participativo, porém ainda possui grandes vestígios da manipulação política; a baixa qualificação dos profissionais que ocupam cargos ligados à gestão e ao planeamento, indicação principalmente para a ocupação de cargos de confiança; recursos escassos entre outros inúmeros problemas.

5.4. Selecção do Método de Investigação

Todas as ciências são caracterizadas por métodos científicos, contudo nem todas as áreas de estudo que empregam estes métodos são ciência. Portanto, conclui-se que utilizar métodos científicos não é exclusivo da ciência, mas não existe ciência sem a utilização de métodos científicos (Lakatos e Marconi, 2001).

Gil (1999) elucida que para um conhecimento ser considerado científico, torna-se necessário a identificação das técnicas a serem utilizadas possibilitando a sua verificação. Assim, o autor descreve o método como o caminho que torna possível chegar-se ao conhecimento e ao método científico “o conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adoptados para se atingir esse conhecimento”.

O estudo em questão foi desenvolvido em três etapas relacionadas a seguir:

5.4.1. Desenvolvimento do Referencial Teórico

Nesta etapa, foi realizado um levantamento bibliográfico referente as teorias sobre planeamento e políticas públicas, formando assim, o referencial teórico que serviu

como base para este estudo. Procurou-se compreender as distintas contribuições científicas referentes aos assuntos abordados, através de material publicado em livros, internet, revistas científicas, bem como outros estudos já realizados.

A partir de uma pesquisa qualitativa inicial apoiada numa revisão bibliográfica relativa ao planeamento e às políticas públicas em turismo, destacam-se as principais tipologias e fases do planeamento, bem como conceitos sobre políticas públicas e a sua importância para a elaboração de planos e projectos. Procurou-se conceber não apenas um relatório ou uma descrição empírica dos dados, mas sim estabelecer uma visão interpretativa e crítica referente ao tratamento e análise das informações recolhidas.

A revisão da literatura, realizada por meio de pesquisa bibliográfica, a exemplo de livros, monografias, artigos e dissertações, foi realizada com o intuito de relacionar os resultados obtidos e fornecer um suporte às análises. Neste âmbito, foi feita uma recolha criteriosa de informação, sendo que a mesma se encontra referida ao longo dos capítulos teóricos. De qualquer forma, e em termos gerais, podemos indicar que alguns dos textos estruturantes para a revisão de literatura foram os seguintes: Almeida (2006); Beni (2004); Chiavenato (2003); Cooper et. al. (2001); Coriolano (2005); Costa (2001); Cruz (2000); Dias (2003); Ignarra (2003); Inskeep (1991); Lacombe (2003); Maia (2004); Marques e Bissoli (2000); Molina e Rodriguez (1987); Ruschman (1997).

5.4.2. Recolha dos Dados e Análise Documental

A investigação foi realizada através documentos recolhendo dados secundários disponibilizados em relatórios oficiais alusivos ao objecto de estudo em órgãos públicos federais, estaduais e municipais como o Ministério do Turismo, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a PBTUR (Empresa Paraibana de Turismo) e a Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Económico do Estado da

Paraíba, o Instituto Fecomércio de Pesquisas Económicas e Sociais da Paraíba – IFEP e o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas da Paraíba SEBRAE-PB. Também foi realizada uma análise ao nível dos planos e projectos que foram elaborados para o Brasil e para o estado da Paraíba, buscando construir um perfil sobre o discurso oficial do turismo.

O benefício da pesquisa documental está no facto de constituírem, de acordo com Godoy (1995), “uma fonte não-reativa, as informações nela contidas permanecem as mesmas após longos períodos de tempo”. Outro benefício observado está em ser uma “fonte natural de informações à medida que, por terem origem num determinado contexto histórico, económico e social, retratam e fornecem os dados sobre este mesmo contexto”.

Para o presente estudo foram consultadas fontes de informação estatística tratada para análise como dissertações de mestrado e relatórios de pesquisa. Tais trabalhos direccionaram o estudo no sentido de tornar possível uma melhor visão sobre o presente e o passado, servindo de base para uma maior observação sobre as mudanças decorrentes.

O que se pretendeu foi não apenas realizar uma descrição da realidade, mas sim adoptar uma visão relativa ao analisar o desenvolvimento turístico, através dos modelos e ferramentas de planeamento turístico. Ao considerar o turismo como um fenómeno multidisciplinar, isso possibilitou obter uma melhor compreensão das ligações existentes entre o turismo e o modelo de políticas públicas e planeamento que são seguidos.

Neste trabalho, além de se examinar a literatura especializada, fez-se uso dos dados obtidos junto do Ministério do Turismo, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE e do Governo do Estado da Paraíba, através da Empresa Paraibana de Turismo – PBTUR e da Secretária de Turismo e Desenvolvimento Económico do Estado, Instituto Fecomércio de Pesquisas Económicas e Sociais da Paraíba – IFEP, e do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas da Paraíba – SEBRAE-PB.

5.4.3. Análise Crítica das Políticas Públicas de Turismo no Brasil

Buscou-se um entendimento sobre a evolução das políticas públicas de planeamento turístico, as ferramentas utilizadas, a influência do poder público, os argumentos e a metodologia utilizada na área em questão. Como está descrito nas políticas actuais, os modelos de planeamento baseiam-se na descentralização e na participação das comunidades, com os objectivos de integrar e promover o desenvolvimento do turismo dentro dos limites territoriais, mas de forma mais abrangente. Para esta compreensão foram utilizados documentos referentes às políticas públicas de turismo, bem como uma vasta bibliografia crítica a respeito do assunto.

Houve a necessidade de se entender, cronologicamente, as políticas públicas realizadas no Brasil e na Paraíba elaboradas para o turismo através dos acontecimentos e intervenções políticas que nortearam o desenvolvimento das regiões com vocação turística.

Foram analisados de forma mais abrangente o Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT, o PRODETUR – NE, o Plano Nacional de Turismo – PNT (2003-2007/2007-2010), o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil e os 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional.

Especificamente, para a contextualização deste trabalho, foram examinadas as políticas públicas regionais e especialmente as elaboradas para o estado da Paraíba e a cidade de João Pessoa, foram analisados de forma mais minuciosa o Programa de Desenvolvimento Turístico que apresentava o Projecto Costa do Sol actual Complexo Turístico Cabo Branco, PRODETUR – NE etapas I e II e o Plano Amanhecer.

Os planos e programas apresentados foram seleccionados por fazerem parte das políticas públicas que foram elaboradas de forma mais estruturada e planeada ao nível nacional e local e que obtiveram maior destaque no estado da Paraíba.

5.4.4. Teoria *versus* Prática

Ao considerar os objectivos do presente trabalho, através da fundamentação teórica foi necessário abordar a prática do planeamento realizado no Brasil como um todo e como estas políticas tem sido efectuadas em João Pessoa, levando em consideração os atractivos que a região possui.

No decorrer da dissertação foram identificadas e reunidas referências teóricas e analíticas que garantissem a consistência necessária para o entendimento sobre o planeamento e as políticas públicas desenvolvidas no País e na Paraíba.

Através de uma metodologia descritiva ao se mencionar as atribuições e contribuições das instituições e os resultados obtidos a partir da aplicação das políticas públicas nacionais, regionais e locais e comparativa com base nos indicadores que relacionam o crescimento da actividade no Brasil, no Nordeste e na cidade de João Pessoa buscando verificar o quão próximo a região está do modelo de desenvolvimento ambicionado.

Os resultados obtidos sobre o discurso oficial do planeamento e das políticas públicas de turismo foram verificados na prática através de pesquisa recente realizada pela PBTUR, pela Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Económico do Estado da Paraíba e pelo Instituto Fecomércio de Pesquisas Económicas e Sociais da Paraíba – IFEP em parceria com o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas da Paraíba – SEBRAE-PB referente ao desenvolvimento da actividade turística do estado, com o intuito de verificar se os planos e projectos implantados surtiram o efeito desejado para o crescimento do turismo na cidade de João Pessoa. Os resultados das pesquisas serão apresentados e discutidos no decorrer da dissertação.

5.5. Conclusão

Neste capítulo, foi possível fornecer informações sobre a metodologia utilizada para esta dissertação. Primeiramente, foram relacionadas as formas como devem ser conduzidas uma investigação científica, bem como os métodos e técnicas de investigação. Posteriormente, apresentou-se os objectivos geral e específicos e o problema que originou a investigação.

Para a realização da presente investigação procurou-se através de uma pesquisa bibliográfica obter informações essenciais de modo a analisar o planeamento e as políticas públicas obtendo-se assim uma visão estratégica referente ao que já foi realizado.

Esta dissertação pode ser classificada como um estudo de caso, uma vez que analisa a questão do planeamento e das políticas públicas no Brasil e especialmente na cidade de João Pessoa e os resultados conseguidos a partir de sua implantação.

As informações foram recolhidas em três etapas: primeiro realizou-se uma pesquisa onde através de levantamento bibliográfico formou-se o referencial teórico que veio a ser a base do estudo, em seguida foram recolhidos os dados secundários e realizou-se uma análise documental das informações disponibilizadas pelos principais órgãos responsáveis pelo desenvolvimento do sector do turismo nos níveis nacional, estadual e municipal; a seguir uma análise crítica das políticas públicas de turismo no Brasil serviram para um melhor entendimento sobre o seu processo evolutivo e especificamente as elaboradas para o estado da Paraíba e para a cidade de João Pessoa, por fim a partir de todo o conhecimento teórico obtido através da realização da pesquisa bibliográfica pode-se fazer uma análise crítica sobre os resultados práticos conseguidos pela implantação dos planos e projectos elaborados para o desenvolvimento turístico na cidade de João Pessoa.

Capítulo 6

Realização do Planeamento e Políticas Públicas de Turismo no Brasil

6.1. Introdução

Dias (2003) define política pública como um conjunto de acções realizadas pelo Estado, enquanto sujeito, direccionadas para atender as necessidades de toda a sociedade. São linhas de acção que visam a satisfação do interesse público, e tem de estar direccionadas para o bem comum.

É possível descrever política pública como um conjunto de normas e acções, elaboradas e executadas pelo Governo, baseadas em uma ideologia visando o benefício colectivo.

O Estado possui um papel fundamental para o desenvolvimento do turismo pois é ele quem estabelece as directrizes e normas designando as prioridades para minimizar

os impactos sociais que possam prejudicar de alguma forma o bem-estar da população.

As maiores falhas observadas nos resultados das políticas públicas ocorrem ao se dissociar a elaboração e a implementação no processo de planeamento. É preciso reconhecer a implementação como uma das partes fundamentais do processo pois é na prática que as maiores falhas são verificadas, é necessário um acompanhamento contínuo em todas as fases do planeamento e da implementação para o sucesso das políticas públicas.

Veremos neste capítulo as políticas públicas voltadas para o sector de turismo realizadas no Brasil e os problemas decorrentes da falta de planeamento e de monitoramento na sua implementação bem como alguns planos e projectos que não chegaram a sair do papel.

6.2. Planeamento e Políticas Públicas Realizadas no Brasil

As políticas públicas de turismo no Brasil surgiram a partir da década de 30, quando deu-se início ao processo de preservação dos bens de valor cultural. Por volta de 1936, houve a criação do Serviço de Património Histórico e Artístico (SPHAN), que hoje possui a denominação de Instituto do Património Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) passado a proteger também os patrimónios naturais (Bezerra, 2003)

Para Cruz (2000, 40):

“Uma política pública de turismo pode ser entendida como um conjunto de intenções, directrizes e estratégias estabelecidas e/ou acções deliberadas, no âmbito do poder público, em virtude do objectivo geral de alcançar e/ou dar continuidade ao pleno desenvolvimento da actividade turística num dado território. Assim sendo, uma política pública sectorial – como as políticas públicas de turismo – não tem de ser concebida, necessariamente sob essa designação. Toda directriz ou estratégia instituída pelo poder público com o objectivo exposto, comporá, com o conjunto de medidas estabelecidas com a mesma finalidade, a política governamental em questão.”

Criada pela lei nº 3.692, do dia 15 de Dezembro de 1959, a Superintendência para o Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE) tinha como principal objectivo a promoção e o desenvolvimento da região Nordeste visando diminuir as diferenças regionais principalmente em relação à região Sudeste. A SUDENE abrangia parte do estado de Minas Gerais e os estados do Maranhão, Bahia, Piauí, Sergipe, Ceará, Alagoas, Rio Grande do Norte, Pernambuco e Paraíba. Este foi o primeiro seguimento a apresentar em 1971 o 1º Plano Nacional de Desenvolvimento iniciando uma série de acções institucionais voltadas para o turismo, bem como perceber as políticas sectoriais, possibilitando fornecer um maior suporte para o turismo.

No Brasil as questões referentes ao turismo de que se tem notícia aconteceram a partir da década de 70, criou-se o Fundo Geral de Turismo (FUNGETUR) e também houve a criação da lei 6.505 estabelecendo condições de funcionamento para actividades e serviços turísticos, e ainda nos anos 70 foi elaborada a Política Nacional do Turismo para a protecção do património natural, promover e divulgar os valores culturais, incentivar o turismo interno, estimular a vinda de turistas estrangeiros, desenvolver os recursos humanos e apoiar os sectores da hotelaria e agências de turismo. Na década de 90, através de decreto estabeleceu-se a Política Nacional de Turismo para o sector como factor de geração de renda e desenvolvimento económico também foi elaborado o PLANTUR (Plano Nacional de Turismo) que não chegou a sair do papel; no governo seguinte há uma tentativa de recuperar o sector sendo então criado o programa que serviu como base para os que foram elaborados posteriormente, o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) para a descentralização do planeamento turístico, a implantação de uma gestão com participação da comunidade, definição de políticas e acções voltadas para o desenvolvimento do sector e capacitação dos municípios sob coordenação da EMBRATUR. Ainda na década de 90 durante os dois governos do Presidente Fernando Henrique Cardoso foi instituída uma nova Política Nacional de Turismo durante seu primeiro mandato e no segundo mandato realizou-se uma reestruturação organizacional associando o turismo ao ministério dos esportes e proporcionado uma continuidade as políticas estabelecidas em sua primeira gestão de seu governo.

Por fim, nos dois mandatos do Presidente Luís Inácio Lula da Silva primeiramente foi criado o Ministério do Turismo para desenvolver a Política Nacional de Turismo, prover e divulgar o turismo no Brasil e no exterior, estimular o incentivo a actividade turística por parte das iniciativas privada e pública e por fim planear, coordenar, supervisionar e avaliar os planos e programas de incentivo ao turismo, posteriormente realizou-se uma estruturação no ministério que passou a ser composto pela Secretaria de Políticas de Turismo, Secretaria de Programas de Desenvolvimento do Turismo e a EMBRATUR (agora, Instituto Brasileiro de Turismo).

O Ministério do Turismo surgiu para atender uma antiga reivindicação do sector turístico sendo um factor indispensável servindo de base para as políticas nacionais de turismo. O Ministério tem o poder de articulação com outros ministérios e também com os governos estaduais e municipais, o poder legislativo, o sector privado e a sociedade de forma organizada. Antes o sector turístico no Brasil tinha como órgão máximo apenas a EMBRATUR que após a criação do Ministério passou exclusivamente a promover, captar, divulgar, apoiar e comercializar o Brasil no exterior.

Formado por órgãos que prestam assistência de forma directa e imediata ao ministro, entre outros organismos para fins específicos o Ministério do Turismo possui em sua estrutura organizacional a Secretaria de Políticas de Turismo que tendo como finalidade formular, elaborar, avaliar e monitorar o PNT; a Secretaria de Programas de Desenvolvimento do Turismo atraindo investimentos para os programas e planos, estimulando as iniciativas públicas e privadas, apoiando e promovendo a produção e comercialização de produtos associados ao turismo e qualificando seus serviços; o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) incumbido da divulgação, promoção e comercialização dos serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior; o Conselho Nacional de Turismo constituído por representantes de outros Ministérios e Instituições Públicas, para “propor directrizes e oferecer subsídios técnicos para a formulação e acompanhamento da Política Nacional de Turismo”. Além destes, o Fórum Nacional de Secretários, um órgão informal e consultivo encarregado de auxiliar informando os problemas e possíveis soluções concentrando as demandas provenientes dos estados e municípios. Os Fóruns Estaduais de Turismo possuem

como função a operacionalização das políticas elaboradas por um núcleo estratégico, mostrando-se como um canal de ligação entre o Governo Federal e os destinos turísticos. Por meio destes, o Ministério encarrega-se do desafio de proporcionar um novo modelo de gestão pública, descentralizada e participativa, alcançando, em última instância, o município, onde efectivamente o turismo acontece.

Figura 2: Políticas Públicas de Turismo no Brasil. Espaço Temporal



Fonte: Apresentação *workshop de marketing* de destinos turísticos 2011.

No Brasil, ainda são realizados poucos estudos e identificadas poucas bibliografias com referência à temática em questão. Ao realizar uma análise histórica das principais políticas públicas de turismo realizadas no país, verifica-se que durante um grande período de tempo não foi dada nenhuma atenção à actividade turística, o que apenas se intensificou após a criação do Ministério do Turismo.

6.2.1. Programa Nacional de Municipalização do Turismo - PNMT

Criado através do Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR o Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT adoptou a metodologia da Organização Mundial do Turismo (OMT), “visando implementar um novo modelo de gestão da actividade turística, simplificando e uniformizando, para os estados e municípios, de maneira integrada, buscando maior eficiência e eficácia na administração da actividade turística, de forma participativa” (Dias, 2003, 144).

Em 1994 iniciou-se uma nova fase para as políticas públicas de turismo no Brasil, com a criação do PNMT, “criado com o objectivo de melhorar o produto turístico brasileiro por meio da conscientização dos municípios e de seus habitantes acerca dos benefícios económicos que o turismo poderia aportar, bem como da descentralização das actividades de planeamento” (Beni, 2006, p.26).

Vale salientar que o PNMT configurou uma mudança de direcção, mesmo que teoricamente, nas políticas públicas de turismo no Brasil. Esta modificação resultou da macroestratégia de descentralização do poder, possibilitando “que fossem consideradas as características de cada esfera do planeamento turístico, envolvendo o nível municipal, estadual e federal” (Andrade, 2007, p.53).

O programa tinha como objectivos principais conscientizar, sensibilizar e capacitar monitores municipais com a finalidade de despertar o reconhecimento e a grandeza da actividade turística como gerador de emprego e renda, bem como unir o crescimento económico com a preservação e manutenção dos patrimónios cultural, ambiental e histórico e ainda incentivar a participação da comunidade na gestão do Plano Municipal para que o turismo se desenvolva de forma sustentável.

A questão da municipalização é um processo que busca sensibilizar a população residente de que apenas possuir atractivos não é suficiente para que a actividade se

desenvolva, é necessário que a população esteja consciente e se beneficie das acções que são realizadas no próprio município.

Os princípios norteadores do programa estavam na descentralização que ao fortalecer o poder público municipal conjuntamente com a iniciativa privada e representantes das comunidades, assumiam a posição de co-responsáveis para com a gestão e definição das acções locais, dos programas e das políticas voltadas para o desenvolvimento turístico sustentável. Os outros princípios estão na sustentabilidade, em criar parcerias para contribuir, investir e desenvolver a actividade nos municípios estimulando a população para a participação nas decisões de forma actuante e finalmente capacitar e qualificar os envolvidos com o sector turístico do município.

O Programa Nacional de Municipalização do Turismo estava estruturado a nível federal, composto pela Coordenação Geral do PNMT e pelo Comité Executivo Nacional, ao nível estadual possuía o Comité Estadual e ao nível do município o Conselho Municipal de Turismo.

A metodologia utilizada no programa foi formulada a partir do método ZOPP em fusão com a técnica Metaplan para introduzir um planeamento turístico com enfoque participativo. Ambos os métodos foram criados na Alemanha nas décadas de 70 e 80 pela Agência Governamental Alemã GTZ (Sociedade Alemã de Cooperação Técnica). O processo tinha como base a capacitação por meio de oficinas, que ocorriam em três etapas, com intervalos de no mínimo 90 dias. Todos os participantes possuíam um material de orientação baseado em perguntas para a construção do conhecimento a partir da realidade vivida por cada indivíduo.

A ideia da coordenação geral do programa consistia em realizar várias oficinas a serem desenvolvidas nas esferas nacional, estadual e municipal, visando a preparação dos parceiros para a implementação do PNMT. As oficinas possuíam uma sequência de fases, sendo elas a sensibilização, a capacitação e o planeamento. Cada fase era realizada com o auxílio de monitores anteriormente treinados pela EMBRATUR com a função de multiplicar os conhecimentos obtidos entre as esferas em que o programa se aplicava.

O Plano Nacional de Turismo foi importante para a sensibilização da população relacionada à actividade turística. Deu início a um processo articulado em bases locais dando impulso ao crescimento do turismo a partir de acções participativas capacitando membros da comunidade para serem multiplicadores na realização do processo.

As falhas decorrentes da implantação do plano se deram em grande parte pelo facto dos municípios não terem alcançado sucesso com o programa, houvera também problemas com os monitores e os representantes municipais que, em constante mudança causaram a descontinuidade da implantação do programa nos municípios. As orientações dadas pelo programa não foram cumpridas para compor o Conselho Municipal do Turismo (COMTUR) para que o conselho tivesse membros da iniciativa privada e do poder público pois assim se teria garantia de que haveria sustentabilidade política. O plano não obteve sucesso pelos factos referidos acima, além do facto de que o planeamento participativo proposto pelo PNMT não se mostrou tão simples quanto a EMBRATUR previa uma vez que necessitava de um acompanhamento constante e verbas para sua manutenção.

Conforme referido anteriormente e confirmado por Endres (2002), o PNMT não alcançou seus objectivos, sobretudo nos estados do Norte e Nordeste, devido a falta de participação por parte das comunidades locais e do sector privado.

6.2.2. PRODETUR/NE – Programa de Acção para o Desenvolvimento do Turismo do Nordeste

O PRODETUR foi criado em 29 de Novembro de 1991 desenvolvidos pela EMBRATUR e pela SUDENE. O programa possuía a função principal de desenvolver o turismo a nível regional, servia para fomentar a implantação de infra-estrutura de apoio ao turismo, incentivando a participação da iniciativa privada através de investimentos para a criação de equipamentos turísticos. Foi o primeiro programa na

área de desenvolvimento turístico a nível regional implementado no Brasil com financiamento externo.

No princípio da década de 90, foram realizados estudos sob encomenda do Banco Nacional de Desenvolvimento Económico e Social (BNDES) para as actividades económicas que possuíam maiores possibilidades de se desenvolver na região Nordeste. Tais estudos identificaram o turismo como a actividade que melhor se adequava a região uma vez que possui atractivos significativos bem como disponibilidade de mão-de-obra a um custo relativamente baixo. O BNDES em 1994 inaugurou então o Programa Nordeste Competitivo (PNC) com o apoio do BID, cujas negociações abrangiam a SUDENE (que foi dissolvida em 2001), o BNB, o BID, o Ministério dos Esportes e Turismo e também os estados do Nordeste levando então a criação do PRODETUR-NE tendo sua fase inicial em 1994 (Banco do Nordeste S.A., 2005b).

Na primeira etapa do programa através de financiamento disponibilizado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) em parceria com o Banco do Nordeste (BNB) o empréstimo realizado foi no valor de US\$ 800 milhões. Os recursos disponibilizados a nível nacional foram provenientes do Fundo de Participação dos Estados e do Fundo de Participação dos Municípios.

O programa em sua primeira etapa abrangia os nove estados do nordeste e parte do estado de Minas Gerais. A inclusão do norte do estado de Minas Gerais se deu por motivos meramente políticos por se tratar de uma área de abrangência da SUDENE.

O PRODETUR I não obteve o sucesso esperado por atender interesses principalmente políticos, o que será relatado posteriormente em sua actuação no estado da Paraíba. O PRODETUR II ainda encontra-se em andamento.

6.2.3. Plano Nacional de Turismo - PNT

Durante a gestão do ex Presidente Luís Inácio Lula da Silva foi dado ao turismo a devida importância através da criação do Ministério do Turismo composto por órgãos que prestavam assistência directa e imediata ao ministro.

O primeiro plano estabeleceu metas para serem atingidas no período entre os anos de 2003-2007 e o segundo plano abrangia o período entre 2007-2010, já foi elaborado um plano também para os anos de 2010-2014 porém o presente trabalho se concentrará apenas nos planos realizados até o ano de 2010.

Durante o processo de descentralização com o objectivo de facilitar a implantação do Plano Nacional de Turismo, foram criados 27 Fóruns Estaduais de Turismo. Os Fóruns Estaduais são compostos pelo Secretário ou Dirigente Estadual, um representante escolhido pelo Ministério do Turismo, pelas entidades públicas e privadas que participam do Conselho Nacional, pelas representações regionais, representação dos municípios, instituições de ensino superior de turismo, e outras entidades de importância estadual vinculadas ao turismo.

O plano tinha como base os seguintes pressupostos: apoiar as empresas nacionais que fazem parte do *trade* turístico com a redução dos impostos sobre os combustíveis para os automóveis, aviões e autocarros; facilitar a participação das classes sociais mais baixas a prática do turismo; fornecer crédito para pequenas e médias empresas nacionais na área da hotelaria; criar roteiros rodoviários para que os brasileiros conheçam o Brasil; valorizar a gastronomia nacional; desenvolver roteiros turísticos para variados níveis de renda nos períodos de baixa estação; liberação de jogos para grupos nacionais, taxando impostos para financiar deslocamentos da população tanto no transporte aéreo quanto terrestre; promover a prática do turismo entre adolescentes e idosos; fortalecer os sindicatos profissionais

que fazem parte do *trade* turístico e regularizar a regulamentação dos bacharéis em turismo (turismólogos).

Uma das propostas mais fortes dentro do Plano Nacional de Turismo está na inclusão social para que a população possa ter acesso a infra-estrutura e aos serviços públicos ampliando sua participação nos processos de planeamento e gestão municipal além de melhoria da qualidade de vida.

6.2.3.1. Plano Nacional de Turismo 2003/2007

O Plano Nacional de Turismo para o período 2003-2007 apresenta a actividade turística como um sector com capacidade de gerar empregos, cooperar para uma maior valorização e conservação do património nacional, movimentar outras economias, proporcionar melhor qualidade de vida às comunidades e gerar divisas.

O plano foi construído através de reuniões participativas sob a coordenação do Ministério do Turismo, onde a princípio foram lançadas as ideias e solicitadas sugestões para os problemas identificados, no sentido de obter o máximo possível de opiniões acerca das principais dificuldades enfrentadas pelo turismo no Brasil e buscar opções para que tais problemas fossem solucionados.

Houve uma grande participação, na primeira reunião, de todos os envolvidos com o turismo nas esferas Nacional, Estadual e Municipal bem como todos os demais envolvidos com o sector turístico. A segunda reunião foi mais restrita, porém ainda com participação representativa dos sectores públicos e privados. A partir de todas as contribuições que foram recebidas através das reuniões de forma participativa, após todas as informações terem sido organizadas sistematicamente e agrupadas de acordo com eixos temáticos de interesse é que foi inicialmente baseado o Plano Nacional de Turismo 2003-2007.

A partir das sugestões recebidas e após serem analisadas pôde-se melhor perceber as maiores dificuldades e então enfrentá-las através de uma proposta sólida para o turismo brasileiro, actuando em todas as frentes para alcançar os principais objectivos e metas de forma sustentável para o desenvolvimento do turismo.

O Brasil sempre teve um imenso potencial que, apesar dos esforços realizados anteriormente nunca conseguiu ocupar um lugar de grande destaque no cenário turístico mundial. Sempre motivado por grandes problemas principalmente de ordem política e desarticulação por parte do governo, fez com que a maioria dos recursos destinados à promoção e ao desenvolvimento do turismo se perdessem acções que não obtiveram resultados ou que estavam direccionados para objectivos individuais.

A proposta inicial do plano foi apresentada nas diferentes regiões do país, com grande participação dos envolvidos com o turismo, representantes dos sectores público e privado votaram a favor da proposta inicial do Plano. Outras reuniões foram realizadas e a partir delas foram elaboradas cinco metas e 7 macro-programas que foram desenvolvidos em programas e acções.

Os principais objectivos do plano estão em ampliar o produto turístico brasileiro utilizando-se das diversidades naturais, culturais e regionais priorizando a qualidade e incentivando o seu consumo nos mercados nacional e internacional.

Especificamente os objectivos estão em melhorar a qualidade do produto turístico brasileiro tornando-o mais competitivo, diversificar e ampliar a oferta turística, organizar os destinos turísticos, qualificar e ampliar mão-de-obra para o mercado de trabalho, intensificar a inserção do produto turístico brasileiro no mercado internacional, aumentar o consumo turístico nacional e por fim ampliar a permanência e o gasto médio dos turistas.

O Plano Nacional de Turismo 2003-2007 mostra cinco metas ambiciosas são elas:

Meta 1: Proporcionar condições para gerar 1.200,000 novos empregos e ocupações no turismo.

De acordo com a Organização Mundial de Turismo, 1 em cada 9 empregos gerados no mundo é no sector de turismo, portanto, por estar no desemprego um dos maiores problemas enfrentados pelo Governo Federal no Brasil, buscou-se amenizar este problema através do estímulo à criação de novos empreendimentos turísticos captando recursos no Brasil e no Exterior.

Meta 2: Ampliar para 9 milhões o número de turistas estrangeiros que visitam o Brasil.

Esta meta foi vista como um grande desafio, uma vez que a imagem do Brasil no exterior precisava ser melhorada consideravelmente, bem como a oferta de produtos turísticos de qualidade e incentivo para que outros segmentos de mercado se desenvolvessem atraindo um número cada vez maior de turistas internacionais.

Meta 3: Aumentar para 65 milhões de chegadas em voos domésticos.

Incentivar os brasileiros a conhecerem melhor seu país através do desenvolvimento de novos produtos, fortalecer o seguimento de negócios e eventos diminuindo assim a sazonalidade, realizar melhorias nos aeroportos principalmente nos de menor porte para que possam receber mais voos regionais e padronizar através da capacitação profissional qualificando os produtos turísticos tornando-os mais competitivos.

Meta 4: Geração de 8 milhões de dólares em divisas.

Esta meta estava vinculada ao aumento do número de turistas estrangeiros no país, o aumento da taxa de permanência e do gasto médio dos turistas que por sua vez também dependiam da diversidade através da inserção de novos produtos no mercado com alto padrão de qualidade.

Meta 5: Ampliação da oferta turística nacional.

O Brasil possui uma grande diversidade regional que precisava ser ampliada, portanto esta meta buscava desenvolver e criar no mínimo três produtos turísticos de qualidade em cada um dos 27 Estados e no Distrito Federal com base nos princípios da sustentabilidade e de forma participativa oferecendo uma maior diversidade de produtos aumentando a competitividade do produto turístico brasileiro.

Para tornar viáveis as metas definidas anteriormente foram instituídos sete macro-programas formados por um conjunto de programas na busca de solucionar os problemas e as barreiras que impossibilitam o desenvolvimento do turismo no Brasil.

► Macro-programa 1: Gestão e relações institucionais

Este macro-programa destaca a importância de uma contínua articulação entre os sectores públicos e privados, para facilitar e tornar mais rápido o processo de tomada de decisões para o desenvolvimento do turismo.

Para facilitar esta articulação foram criados o Conselho Nacional de Turismo para contribuir na elaboração e implantação do Plano Nacional de Turismo e os Fóruns Estaduais de Turismo para unir as partes interessadas proporcionando soluções para os principais problemas que afectam o crescimento do turismo.

Através deste macro-programa foram estruturados o Programa de Acompanhamento do Conselho Nacional de Turismo, Programa de Avaliação e Monitoramento do Plano e Programa de Relações Institucionais.

► Macro-programa 2: Fomento.

Apresentando para conseguir alcançar seus objectivos o Programa de Atracção de Investimentos e o Programa de Financiamento para o Turismo, partindo do princípio de que o turismo é essencialmente realizado pela iniciativa privada necessitando assim de linhas de crédito e financiamentos para fazer crescer principalmente as

empresas de pequeno e médio porte, atraindo também investidores nacionais e internacionais.

Como ferramenta para incentivar e fortalecer o consumo interno através de financiamentos ao consumidor final, tornando mais fáceis as viagens pelo território brasileiro. Outro factor importante é a ampliação da infra-estrutura turística para construção de novos equipamentos e recuperação dos equipamentos existentes através de projectos e roteiros identificados nos destinos turísticos e divulgados a investidores em potencial no Brasil e no exterior.

► Macro-programa 3: Infra-estrutura

Levando-se em consideração a melhoria da qualidade e vida da população local e também a instalação de equipamentos turísticos, e de infra-estrutura básica que precisa estar disponível para garantir além da viabilidade dos investimentos a sua sustentabilidade.

Os municípios, onde o turismo efectivamente acontece, precisam de um bom fornecimento de água e energia além de qualidade nos transportes sejam eles aéreos, terrestres, marítimos ou fluviais, colecta de lixo, tratamento de esgotos, facilidade na utilização dos meios de comunicação e dos acessos.

A execução de alguns programas como o Programa Pantanal, PRODETUR-NE I e II, Sul e Centro, Proecotur Amazónia; todos financiados pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) suprem parte dessas necessidades.

► Macro-programa 4: Estruturação e Diversificação da Oferta Turística

Apesar das riquezas existentes no Brasil, os produtos turísticos ofertados possuem pouca diversidade, este macro-programa propõe ampliar e estruturar a oferta, disponibilizando novos produtos com qualidade, apostando na diversidade cultural existente entre as regiões brasileiras.

Dentro deste macro-programa foram lançados o Programa de Roteiros Integrados e o Programa de Segmentação, para através deles desenvolver o turismo de forma planeada através da união dos municípios visando diminuir as desigualdades regionais, ampliar a oferta turística com produtos de qualidade, aumentando assim o fluxo de turistas nacionais e internacionais e seu tempo de permanência nos destinos.

► Macro-programa 5: Qualidade do Produto Turístico

A qualidade do produto turístico é um princípio fundamental para aumentar a competitividade e muitas vezes é este o factor determinante para o sucesso ou fracasso de um destino. A forma encontrada pelo Governo para trabalhar em função da qualidade dos produtos e serviços turísticos foi regulamentar, normatizar, certificar e fiscalizar todos os envolvidos no sector e também fornecer orientação para a formação profissional.

Para atingir um nível de qualidade dos produtos turísticos fornecidos a consumidores nacionais e estrangeiros foram desenvolvidos os Programas de Normatização da Actividade Turística e de Qualificação Profissional com o objectivo de induzir uma maior qualificação dos serviços prestados dentro das normas, de forma padronizada e fiscalizada transmitindo confiabilidade ao consumidor.

► Macro-programa 6: Promoção e Apoio à Comercialização

Promover o produto turístico brasileiro para o mercado internacional, actuando através de campanhas de *marketing* construindo uma nova imagem do Brasil para os principais mercados emissores, mostrando o que o País possui de melhor para atingir um público diversificado apresentando produtos diferenciados.

Os programas desenvolvidos através deste macro-programa são: o Programa de Promoção Nacional e Internacional do Turismo Brasileiro, Programa de Reposicionamento da Imagem do Brasil e o Programa de Apoio à Comercialização criados para alcançar os objectivos previamente estabelecidos como o aumento do fluxo de turistas estrangeiros, aquecer o mercado interno através de preços e

produtos variados democratizando o acesso ao turismo e minimizar as desigualdades entre as regiões.

► Macro-programa 7: Informações Turísticas

Pode-se dizer que este é um dos mais importantes macro-programas pois através dos programas de Base de Dados, Pesquisa e Demanda, Avaliação de Impacto do Turismo e Avaliação de Oportunidade de Investimento é que as principais decisões são tomadas. Tais informações disponibilizadas da forma correcta e confiável servem de apoio e estímulo para novos investimentos, com base em informações consistentes e em um programa contínuo disponibilizando informações e oferecendo condições mais favoráveis para a aplicação dos recursos públicos e privados.

O Plano Nacional de Turismo 2003-2007 expressou uma ideia de desenvolvimento, que além de crescimento o plano buscou reduzir as desigualdades regionais por meio da descentralização, da interiorização do desenvolvimento do turismo e da segmentação dos mercados.

Com a nova formulação do Conselho Nacional de Turismo, a formação dos Fóruns Estaduais de Turismo e a institucionalização da gestão regional, o Plano Nacional de Turismo 2003-2007, desenvolveu no País a gestão descentralizada, realizada de acordo com as necessidades específicas de cada região, criando novos roteiros e destinos turísticos e melhorando a qualidade dos já existentes. A inovação através de um planeamento organizado e bem orientado elaborado de forma participativa originou uma maior competitividade entre os destinos e as empresas em busca de oferecer produtos e serviços com mais qualidade e favoreceu uma maior inclusão social através do turismo.

Muitas críticas surgiram sobre o Plano Nacional de Turismo 2003-2007, porém o que não se pode negar é que houve um significativo crescimento no fluxo turístico já no ano de 2004, logo após a implantação do plano.

6.2.3.2. Plano Nacional de Turismo 2007-2010

O Plano Nacional de Turismo 2007-2010 – Uma Viagem de Inclusão, buscou preparar o Brasil para o futuro, reconhecendo o turismo como uma actividade de carácter socioeconómico que necessita de planeamento, análise e informações confiáveis, com estes pensamentos em Junho de 2007 foi lançada a continuação do plano com novas metas e melhorias realizadas nos macro-programas.

Os resultados obtidos pelas 80 empresas consideradas mais importantes para o sector turístico em 2006 apontaram um crescimento de 29% em relação ao ano anterior. Além de tornar o Brasil mais conhecido no exterior, o turismo cria oportunidades de trabalho e gera renda nos mais diferentes locais do território nacional. Em 2006 verificou-se um recorde referente aos gastos dos visitantes na ordem de US\$ 4,3 bilhões de acordo com o Ministério do Turismo, um aumento de 116% se comparado ao ano de 2002 (Ministério do Turismo, 2006).

O Plano Nacional de Turismo 2007-2010 priorizou o crescimento do turismo interno, buscando possibilitar as famílias brasileiras o acesso ao turismo, lembrando-se sempre da importância da promoção do País no exterior que tem como seu maior atractivo as suas belezas naturais dando continuidade aos bons resultados obtidos no período anterior do Plano.

A promoção do turismo interno para o Plano não se refere apenas a estimular um negócio e os benefícios por ele proporcionados, trata-se também de possibilitar aos brasileiros o direito de conhecer seu próprio país e sua identidade, transformando-se em uma questão de cidadania. O aquecimento do mercado interno no âmbito do plano trata-se principalmente de um instrumento de inclusão social inserido no panorama de desenvolvimento económico como a abertura de mais postos de trabalho, acrescido da extensão cultural e política onde os brasileiros conhecerão melhor seu País.

Também dentro do Plano está o incentivo para que os idosos e aposentados passem a viajar mais, pois geralmente podem e até preferem realizar suas viagens nos períodos de baixa estação transformando-se em um forte instrumento de combate a sazonalidade da actividade turística.

O Governo do Presidente Luís Inácio Lula da Silva, no período entre 2003 e 2006, executou um novo modelo para o desenvolvimento do País unindo desenvolvimento económico, maior distribuição da renda e a inserção no mercado de trabalho de milhões de brasileiros e consequentemente na sociedade de consumo.

Através do ambiente de estabilidade em um panorama positivo de desenvolvimento económico, o Governo Federal lançou o Programa de Aceleração do Crescimento – PAC, propondo uma série de metas e acções para investir em infra-estrutura e inclusive incentivando investimentos privados buscando a optimização dos gastos públicos.

O PAC actuou na infra-estrutura de transportes com reforma e melhoria de estradas, portos, aeroportos e ferrovias (que no Brasil funcionam basicamente para escoamento da produção), saneamento básico, colecta de resíduos entre outros benefícios sociais como auxílio a moradia, educação e saúde, ou seja ampliando a infra-estrutura de acesso e melhorando a qualidade de vida da população o que interfere directamente no sector turístico.

Dentro dos Objectivos de Desenvolvimento do Milénio com metas estabelecidas pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, o turismo é considerado uma importante ferramenta relacionada a erradicação da extrema pobreza e da fome, garantia de sustentabilidade ambiental e ao estabelecimento de uma parceria para o desenvolvimento.

Dentro dos objectivos gerais do PNT 2007-2010 existiram poucas diferenças em relação ao período anterior, porém foram realizadas algumas melhorias e novas metas, os principais objectivos são: a promoção do turismo como factor de inclusão social, geração de emprego e renda inserindo o turismo na lista de consumo dos brasileiros, aumentar a competitividade do produto turístico brasileiro nos mercados

nacional e internacional e por fim maior atracção de divisas para o país. Além de especificamente garantir a continuidade consolidando a Política Nacional de Turismo e da gestão descentralizada, a adaptação da infra-estrutura dos destinos e equipamentos turísticos para os portadores de necessidades especiais, aumentar a qualificação do mercado de trabalho em toda a cadeia produtiva do turismo, solidificar o sistema de infra-estrutura turística possibilitando monitorar os impactos auxiliando a tomada de decisões utilizando-se da tecnologia de informação como incitadora de competitividade e por fim incrementar estratégias relacionadas com o desenvolvimento de transportes articulados visando a integração das regiões e destinos turísticos.

Em um país com a dimensão territorial e a população do Brasil o incentivo ao turismo interno representou um crescimento no período entre 1995 à 2006 na ordem de 150%, sendo aproximadamente três vezes mais rápido que o aumento observado no mercado mundial.

A gestão descentralizada proposta pelo Plano Nacional de Turismo tem consolidado o desenvolvimento de uma rede de entidades e instituições, abrangendo todo o território nacional nas três esferas do governo, iniciativa privada e poder público.

Dentro da qualificação dos novos produtos turísticos há uma valorização a produção associada ao turismo promovendo a venda da produção local aos turistas, favorecendo e qualificando os aspectos naturais, culturais e sociais dos destinos turísticos.

As questões referentes ao controle de qualidade dos produtos turísticos nacionais realizam-se por meio da formulação de instrumentos regulatórios estabelecendo requisitos mínimos de qualidade através do cadastramento e fiscalização de empresas, equipamentos, empreendimentos e profissionais na área de turismo sob a coordenação do Ministério do Turismo realizados de forma descentralizada por meio de acordos com órgãos de turismo estaduais em todas as regiões do país.

Segundo a Organização Mundial de Turismo, a actividade é responsável por gerar entre 6% e 8% dos empregos ao nível mundial, provavelmente isto ocorra pelo facto

de o turismo ser uma actividade económica que necessita de menor investimento quando comparada a outras actividades para geração de postos de trabalho.

De acordo com dados disponibilizados pelo Ministério do Trabalho e Emprego, através da Relação Anual de Informação Social – RAIS, considerando as Actividades Características do Turismo – ACT, baseados em uma matriz que agrupa 12 sectores da economia, conforme a metodologia utilizada pela Organização Mundial do Turismo, o mercado formal de turismo no Brasil cresceu de 1,7 milhões de pessoas empregadas no ano de 2002, para 2 milhões em 2006 representando um aumento de 12%.

O turismo representa um papel essencial na redução das desigualdades regionais e sociais, envolvendo pequenos negócios por todo o país, o incentivo ao aumento da competitividade dos destinos turísticos e aumento da qualidade dos serviços oferecidos prioritariamente através da qualificação profissional e melhorias em todos os sectores produtivos do turismo.

O Programa Nacional de Qualificação Profissional e Empresarial, iniciado no ano de 2006, com um investimento de R\$ 15,3 milhões atendendo cerca de 46 mil pessoas por todo o país através de parcerias entre estados, municípios, iniciativa privada e organizações não-governamentais.

As acções de promoção e *marketing* foram desenvolvidas em dois planos, o Plano Cores do Brasil voltado para o mercado interno e o Plano Aquarela para atender ao mercado internacional propondo estratégias e investimentos do Ministério do Turismo promovendo o Brasil nos principais mercados emissores de turistas.

Como prioridade para o Governo Federal, o Ministério do Turismo a partir da sua criação considerando as previsões orçamentárias tem utilizado praticamente toda a verba que lhe é destinada, tendo recebido o maior volume de recursos para acções de promoção do produto turístico brasileiro, especialmente promover o Brasil no exterior.

Os objectivos e as estratégias para a implantação do Plano Nacional de Turismo 2007-2010 através dos macro-programas derivam de directrizes e programas que unidos cumprem as necessidades das demandas nacionais para a solidificação do turismo nacional. A partir das necessidades observadas, foram desenvolvidas as metas para serem atingidas pelo turismo no Brasil até 2010.

Meta 1: Promover a realização de 217 milhões de viagens no mercado interno.

Referente as viagens domésticas, trazendo um indicador mais próximo da realidade dos fluxos internos, comparativamente às metas indicadas no PNT 2003-2007 relacionado aos embarques nacionais incluindo turistas e não turistas.

Para que esta meta fosse alcançada foram necessários mais investimentos em promoções no mercado nacional, aumentar a oferta de voos domésticos e ampliar as localidades atendidas pela aviação regional bem como através do PAC realizar reformas e ampliações nos aeroportos.

Meta 2: Criar 1,7 milhões de empregos e ocupações.

Propondo a criação de 1,7 milhões de novos empregos e ocupações para o período entre 2007 e 2010, esta meta possui como referência empregos directos, formais e informais, gerados pelo sector de turismo relacionado às categorias enquadradas nas Actividades Características do Turismo conforme as orientações fornecidas pela Organização Mundial do Turismo.

Para que esta meta fosse atingida foi preciso um ambiente positivo principalmente para investimentos privados, proporcionado pela taxa de crescimento do PIB; queda paulatina da taxa de juros; controle constante da inflação que afecta o poder de compra dos consumidores; regulamentação das leis para micro e pequenas empresas e a realização de estudos que permitam entender o mercado informal de turismo para permitir ampliar as relações formais de trabalho.

Meta 3: Estruturar 65 destinos turísticos com padrão de qualidade internacional.

O Programa de Regionalização de Turismo mapeou 200 regiões de potencial turístico no país seleccionando roteiros e regiões em condições de alcançar padrões de qualidade internacional. A partir das avaliações realizadas pelos planos de *marketing* turístico internacional o Plano Aquarela e o plano nacional Plano Cores do Brasil entre outros estudos realizados destacaram-se 65 destinos turísticos indutores para o desenvolvimento dos roteiros e das regiões turísticas. As experiências e casos de sucesso devem ser transmitidos para outros destinos turísticos servindo de exemplo.

A definição de Destino Turístico Estruturado no Padrão de Qualidade Internacional e de Regiões Turísticas Organizadas Institucionalmente são estabelecidos pelo Ministério do Turismo, todas as outras regiões turísticas deve ser preparadas, organizadas e qualificadas, para que seja avaliado o sucesso da meta deve-se ter o registo de todas as empresas cadastradas no Ministério do Turismo, houve uma maior formalização das empresas do sector no País o que implica em maior qualidade dos serviços.

Para estruturar os destinos turísticos dentro do padrão de qualidade internacional é necessário aumentar os investimentos em infra-estrutura dos destinos seleccionados; acções para qualificar e certificar os profissionais do sector e certificar os empreendimentos turísticos dentro das normas estabelecidas.

Meta 4: Gerar 7,7 bilhões de dólares em divisas.

Os dados referentes a geração de divisas são valores obtidos através de registos oficiais do Banco Central do Brasil. As divisas são geradas a partir da chegada de turistas estrangeiros, bem como o tempo de permanência e o gasto médio per capita realizados pelos turistas que visitaram o país. Para atingir esta meta seria necessário ampliar a oferta de assentos nos voos internacionais; mais investimento na promoção do país no exterior e um ambiente sólido positivo no comércio internacional e estabilidade cambial.

Porém esta meta não foi alcançada, o ano de 2010 acabou com apenas 5,9 bilhões de dólares, ocasionado pela crise financeira internacional tendo acontecido apenas após a elaboração do Plano Nacional de Turismo 2007-2010 e pela estabilidade da economia nacional mantendo a moeda forte frente ao dólar americano e ao euro.

Tabela 1: Receita Cambial Turística no Brasil 2003-2010

Ano	Receita Cambial (em US\$ milhões)	Variação Anual (em %)
2003	2,479	-
2004	3,222	29,97
2005	3,861	19,83
2006	4,316	11,78
2007	4,953	14,76
2008	5,785	16,80
2009	5,305	-8,30
2010	5,919	11,57

Fonte: MTur.

► Macro-programa 1: Planeamento e Gestão

Para que o turismo se desenvolva é necessário haver uma permanente articulação entre os sectores relacionados à actividade turística visando facilitar as resoluções, reduzir a burocracia e facilitar o crescimento do sector.

Como objectivos desse macro-programa estão articular e executar a Política Pública de Turismo de maneira descentralizada e participativa sob a orientação das directrizes do Conselho Nacional de Turismo; possibilitar a integração entre as esferas públicas e privadas em prol da construção do turismo brasileiro promovendo a avaliação e o monitoramento do Plano Nacional de Turismo; descentralizar as acções do Plano; criar mecanismos e instrumentos necessários para desenvolver o planeamento de forma integrada entre os ambientes do Ministério do Turismo; monitorar e avaliar os resultados das políticas públicas do plano; identificar os casos de sucesso realizados em outros países que possam servir de modelo para desenvolver o turismo no Brasil; defender os interesses do turismo brasileiro

internacionalmente e desenvolver ferramentas de cooperação técnica bilateral e multilateral contribuindo para a troca de conhecimentos.

Dentro deste macro-programa encontram-se os Programas de Implementação e Descentralização das Políticas Públicas de Turismo; Programa de Avaliação e Monitoramento do Plano Nacional de Turismo e Programa de Relações Internacionais.

► Macro-programa 2: Informação e Estudos Turísticos

Através desse macro-programa foram definidos os indicadores para avaliação e monitoramento dos impactos sociais, económicos, culturais e ambientais da actividade turística. A produção das informações e dados devem fazer parte de um processo metódico e contínuo dentro da rotina das organizações permitindo avaliar as probabilidades de desenvolvimento para o sector a longo prazo adequando-se ao planeamento das políticas públicas.

Dentro dos objectivos deste macro-programa estão a organização de um sistema nacional de estatística do turismo; agrupar, organizar e divulgar informações primárias e secundárias sobre a actividade turística em âmbito nacional e internacional; conhecer e dimensionar a oferta e a demanda turística no mercado nacional e internacional; avaliar através da implantação da Conta Satélite do Turismo os impactos do turismo na economia, de acordo com recomendação da Organização Mundial do Turismo; realizar pesquisas qualitativas com empresários do sector turístico; promover a divulgação das informações sobre o turismo a todos os interessados e realizar estudos sobre a competitividade da actividade turística no Brasil de modo a contribuir para as decisões do Ministério do Turismo.

Neste macro-programa foram desenvolvidos o Programa Sistema de Informações do Turismo e o Programa de Competitividade do Turismo Brasileiro.

► Macro-programa 3: Logística de Transportes

A questão dos transportes é de fundamental importância para o sector turístico pois é no deslocamento que está definido o próprio turismo. A função deste macro-programa está em relacionar e articular a rede de transportes do Brasil, especialmente no sector de transporte aéreo promovendo a integração das linhas nacionais, regionais e internacionais, bem como buscar soluções para os problemas referentes a infra-estrutura relacionada com o sector de transportes.

Os propósitos do macro-programa estão principalmente, aumentar a conectividade aérea internacional do país atraindo mais voos; fortificar as empresas aéreas nacionais; aumentar o número de voos domésticos; descentralizar os fluxos aéreos nacionais para atender a diversas regiões do país; aperfeiçoar a rede e melhorar a qualidade da infra-estrutura de transportes de passageiros em todas as modalidades; unir as diversas modalidades de transporte e incentivar as relações interministeriais para conceber planos e fornecer a logística necessária aos transportes.

Inseridos neste macro-programa estão o Programa de Ampliação da malha Aérea Internacional; Programa de Integração da América do Sul e Programa de Integração Modal das Regiões Turísticas.

► Macro-programa 4: Regionalização do Turismo

Este é o macro-programa mais importante, é considerado a peça central do Ministério do Turismo. A Regionalização do Turismo introduzida através do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil se apresenta como capaz de ordenar, estruturar e diversificar a oferta turística do Brasil. É a relação do Plano Nacional de Turismo com o território constituindo um exemplo de gestão das políticas públicas de forma descentralizada, organizada e adaptada que interliga e promove a cooperação entre os sectores e as instituições promovendo um esforço colectivo para tomada de decisões funcionando como a estratégia que orienta todos os demais macro-programas e programas e acções realizadas pelo Plano Nacional de Turismo.

Os programas desenvolvidos a partir deste macro-programa são Programa de Planeamento e Gestão da Regionalização; Programa de Estruturação dos Segmentos Turísticos; Programa de Estruturação da Produção Associada ao Turismo e Programa de Apoio ao Desenvolvimento Regional do Turismo.

Com *status* de macro-programa de Regionalização do Turismo, sua base está em segmentar a oferta e a demanda para ordenar o turismo com a finalidade de facilitar o planeamento e a gestão, sempre com atenção as diferenças regionais. Por este ser o macro-programa mais importante do Plano Nacional de Turismo 2007-2010 e o impulsionador do desenvolvimento turístico do Brasil será detalhado de forma minuciosa mais a frente.

► Macro-programa 5: Fomento à Iniciativa Privada

A actividade turística é realizada em grande parte pela iniciativa privada tornando indispensável disponibilizar créditos em quantidade e com facilidades para atender as necessidades do sector. As parcerias entre os sectores público e privado são imprescindíveis para o desenvolvimento do turismo para a construção e melhoria de equipamentos turísticos, bem como possibilitar o acesso de pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida o que nos dias de hoje é uma exigência.

É indispensável que os projectos possam ser analisados pelas instituições financeiras que disponibilizam crédito, e devem atender as exigências necessárias para reduzir os riscos das operações, estes projectos devem fazer parte de um cadastro para serem divulgados a potenciais investidores no Brasil e no exterior.

A oferta de crédito ao consumidor final, trabalhadores, jovens e aposentados (reformados) é outra ferramenta utilizada para desenvolver a actividade turística fortalecendo o mercado interno e proporcionando aos brasileiros o acesso ao turismo tornando mais fáceis as viagens domésticas no território brasileiro.

Este macro-programa visa aumentar a oferta e melhorar a qualidade dos equipamentos e serviços turísticos por todo o país; facilitar o acesso ao crédito para micro, pequenas e médias empresas; criar novos postos de trabalho através da

ampliação e diversificação dos equipamentos turísticos; consolidar o mercado interno fornecendo crédito ao consumidor final; atrair investidores para o Brasil principalmente para projectos as serem realizados nas regiões mais distantes e fazer divulgação das oportunidades de investimento e disponibilizá-las a potenciais investidores para desenvolver a actividade turística do país.

Os programas desenvolvidos são o Programa de Atracção de Investimentos e Programa de Financiamento para o Turismo.

► Macro-programa 6: Infra-estrutura Pública

Para que o turismo se desenvolva em regiões onde existe oferta e demanda é necessário dotar os municípios de infra-estrutura apropriada para difundir a actividade e melhorar a qualidade dos produtos e serviços ofertados. A realização dos projectos de infra-estrutura só poderão ser realizadas se houver disponibilidade de infra-estrutura de apoio ao turismo. A infra-estrutura de apoio ao turismo necessita de recursos financeiros de grande valor, fornecidos e gerenciados por órgãos públicos ligados ou não directamente ao turismo, verificando-se a necessidade de haver acções interministeriais para viabilizar a infra-estrutura de apoio necessária ao sector do turismo com atenção especial para as regiões prioritárias, fornecendo bases para expandir a actividade através da estruturação das condições essenciais para implantar equipamentos, fornecendo acesso aos turistas, melhorando a qualidade dos produtos e serviços e fortalecendo a economia da região.

As regiões devem ser identificadas quanto a necessidade de infra-estrutura, levando em consideração as necessidades das pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida consequentemente proporcionando uma melhoria na qualidade de vida da população, porém as regiões devem estar preparadas para receber os recursos de modo a otimizar os resultados minimizando os impactos.

Este macro-programa visa principalmente garantir a qualidade e o desenvolvimento de forma sustentável dos destinos turísticos, consequentemente melhorando a qualidade de vida na região; fornecer as circunstâncias necessárias para implantar os equipamentos turísticos reforçando os benefícios provenientes do desenvolvimento

da actividade turística; proporcionar o acesso aos turistas e aos portadores de necessidades especiais fornecendo as garantias necessárias para que o turismo se desenvolva de forma sustentável.

O Programa de Articulação Interministerial para Infra-estrutura de Apoio ao Turismo e o Programa de Apoio à Infra-estrutura Turística fazem parte deste macro-programa.

► Macro-programa 7: Qualificação dos Equipamentos e Serviços Turísticos

A qualidade do produto turístico está intimamente ligada a qualidade dos serviços prestados, o padrão de qualidade deve ter como referência a satisfação dos consumidores de acordo com os princípios do turismo sustentável instituindo uma política que incentive a busca de forma contínua da qualidade e da segurança dos serviços prestados.

É fundamental que seja instaurada uma política de qualificação que oriente as instituições para a oferta de cursos disponibilizados para os diversos níveis dos sectores que integram a cadeia produtiva do turismo, sob coordenação do Ministério do Turismo para estimular a qualificação devem ser desenvolvidos manuais de boas práticas para os segmentos realizando cadastramento, padronização, classificação e certificação possibilitando estabelecer parâmetros de avaliação facilitando a fiscalização garantindo mais qualidade e competitividade para os equipamentos e serviços oferecidos.

A busca pela excelência dos serviços deve ser constante, bem como os objectivos principais do macro-programa que são fornecer qualidade aos produtos turísticos do Brasil, também estimular a qualificação e o aperfeiçoamento de todos os agentes actuates; promover a sistematização de um grupo de normas e regulamentos incentivando e apoiando a certificação dos profissionais e dos equipamentos turísticos; fazer com que as entidades que representam o segmento turístico cooperem para manter qualidade dentro das normas, padrões e regulamentos pré-estabelecidos, consolidando o sistema de regularização e fiscalização de forma descentralizada reforçando os esforços para que as normas e regulamentos sejam cumpridas garantindo um padrão de qualidade para os consumidores.

Inseridos neste macro-programa estão o Programa de Normatização do Turismo, o Programa de Certificação do Turismo e o Programa de Qualificação Profissional.

► Macro-programa 8: Promoção e Apoio à Comercialização

Sendo o último macro-programa do Plano Nacional de Turismo 2007-2010 busca promover e desenvolver meios para solidificar a imagem do País e a ampliação dos produtos turísticos oferecidos para os mercados interno e externo. As execução de planos de *marketing* compreendendo a publicidade, acções de promoção e de relações públicas, baseados na marca Brasil, tornando o Brasil um país competitivo nacional e internacionalmente.

Os principais planos de divulgação do Brasil são o Plano Cores do Brasil para promover o país nacionalmente e o Plano Aquarela para promover o Brasil no exterior através da realização de campanhas de promoção e divulgação para os mercados nacional e internacional.

É necessária uma acção conjunta para fortalecer a Marca Brasil, dentro e fora do País, desenvolvendo novos produtos, aplicando e associando a marca a diversos produtos e por parte das instituições incluindo também a marca em suas acções promocionais no exterior fortalecendo e agregando valor. Nos dias de hoje também é imprescindível a utilização de novas tecnologias de informação mantendo sempre actualizado o Portal Brasileiro de Turismo tornando-o cada vez mais acessível, sociável e atraente atingindo a um público diversificado nacional e internacional por ser a internet uma poderosa ferramenta de divulgação e promoção no País e no exterior.

A continuidade das acções de promoção internacional é imprescindível, conforme o Plano Aquarela, deve haver a manutenção dos Escritórios Brasileiros de Turismo nos locais com grande potencial de emissão para o País, bem como os outros projectos e programas de divulgação e promoção que vem apresentando bons resultados. Para se trabalhar no mercado nacional as acções de promoção devem se concentrar em identificar os principais centros emissores internos e os respectivos públicos-alvo

segmentando o mercado e fornecendo aos brasileiros a possibilidade de incluir o turismo na pauta de consumo.

O macro-programa objectiva favorecer o mercado interno ampliando um número maior de produtos de qualidade; viabilizar o aumento das viagens domésticas disponibilizando uma maior oferta de produtos inserindo novos consumidores no mercado, divulgar a diversidade natural e cultural do Brasil buscando reduzir as desigualdades regionais, ampliar o fluxo de turistas estrangeiros no Brasil e fortificar o segmento de negócios e eventos.

Tabela 2: Ranking de Eventos Internacionais 2009

Ranking	País	Nº de Eventos
1º	EUA	595
2º	Alemanha	458
3º	Espanha	360
4º	Itália	350
5º	Reino Unido	345
6º	França	341
7º	Brasil	293
8º	Japão	257
9º	China	245
10º	Áustria	236

Fonte: ICCA, Relatório Estatístico 2009.
 Nota: ICCA significa International Congress and Convention Association
 em português, Associação Internacional de Congressos e Convenções.

Os programas que compõem este macro-programa são o Programa de Apoio à Comercialização Nacional, Programa de Promoção Internacional do Turismo Brasileiro e por fim o Programa de Apoio à Comercialização Internacional.

As propostas formalizadas pelo Plano Nacional de Turismo buscam o desenvolvimento da actividade turística como um grande factor de inclusão social ao conseguir colocar em prática tudo o que foi proposto no plano, há novidades que no acto da elaboração do Plano Nacional de Turismo 2007-2010 ainda não estavam presentes como a Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016, os

maiores eventos realizados á nível mundial e que transformaram e ampliaram os horizontes da actividade turística no Brasil demonstrando as mudanças referente a visão do país no cenário internacional.

6.2.3.3. Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil

Após um ano da criação do Ministério do Turismo, é apresentado o Programa Nacional de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil baseado nas orientações fornecidas pelo Plano Nacional de Turismo com a participação activa e confiante dos parceiros.

Actualmente, a regionalização é vista como uma tendência pela Organização Mundial do Turismo que a define região turística como a referencia espacial onde estão inseridos os produtos turísticos.

O modelo de gestão com base na regionalização do turismo transformou-se no eixo estrutural dos macro-programas do Plano Nacional de Turismo, este modelo está voltado para as capitais e o interior dos municípios do Brasil, suas riquezas, seu património e sua população, com o propósito de através de uma gestão compartilhada, e do planeamento nacional elaborado a partir das especificidades de cada local com o foco direccionado para o desenvolvimento regional.

O Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil é voltado para os mercados concorrentes e competitivos estimulados pela perspectiva do desenvolvimento sustentável. Transformando-se em acções, estratégias e modificações na estrutura governamental para possibilitar maior igualdade, mais acção e negociação em conjunto, capazes de realizar transformações gerando oportunidades nos mercados mundiais reflectindo-se em geração de emprego e melhor distribuição de renda em todo o país. Neste ponto de vista, o turismo surge como gerador de perspectivas para o futuro por sua eficácia na redução da pobreza,

porém os resultados benéficos da actividade se dão quando o turismo acontece de forma planeada, monitorada, organizada e seus benefícios são compartilhados por todos.

O turismo, tal como refere o programa, utiliza-se dos princípios da sustentabilidade com base nos aspectos económicos, sociais e culturais. O desenvolvimento sustentável do turismo indica a direcção para que a gestão possa utilizar-se de todas as ferramentas disponíveis para que as necessidades económicas, sociais e estéticas sejam satisfeitas com respeito a integridade cultural, aos importantes processos ecológicos, a diversidade e os sistemas que dão sustentabilidade a vida (Dias, 2005).

Para haver sustentabilidade é necessário que os recursos sejam explorados de forma eficiente conseguindo ao mesmo tempo agregar valor e tornar-se mais competitivo no mercado. De forma simplificada, alcançar a sustentabilidade é atingir um crescimento económico e cultural sem prejudicar os recursos naturais.

A integração funciona como um elo de ligação entre o governo e as diversas instâncias da sociedade e do terceiro sector. Esta ligação não se restringe apenas em integrar os indivíduos envolvidos mas também as acções entre os agentes públicos e privados.

A regionalização do turismo é um exemplo de gestão de política pública descentralizada relacionando o desenvolvimento de políticas públicas em parceria com o Estado e a sociedade, de forma coordenada e integrada, com base nos princípios da flexibilidade, articulação, mobilização, cooperação intersectorial e interinstitucional e no esforço colectivo das decisões.

Regionalizar é agir em prol de uma política pública mobilizadora, capaz de promover mudanças, metodizar o planeamento e coordenar o processo de desenvolvimento ao nível local e regional, estadual e nacional de maneira articulada e compartilhada.

A respeito dessas políticas, de acordo com Beni (2006):

[...]”aos órgãos públicos de turismo em nível federal cabem a formulação das directrizes e a coordenação dos planos em âmbito nacional e dos que se projetem para o exterior; e aos órgãos estaduais e locais cabe, com apoio federal, a concepção dos programas e execução dos projectos regionais e locais. Da mesma forma, e com igual apoio, compete a eles a iniciativa dos melhoramentos e equipamentos necessários ao uso público das áreas de interesse turístico”.

Adoptar o modelo de regionalização do turismo obriga novas posturas e novas estratégias para a gestão das políticas públicas; exigindo mudanças de relacionamento entre o poder público e a sociedade civil; exige que hajam negociações, planeamento e organização social. Impõe, também, perceber a região diferentemente da macro divisão administrativa aceita no País – Norte, Nordeste, Sul, Sudeste, Centro – Oeste. Deve-se perceber a necessidade de um esforço coordenado de acções integradas entre municípios e Estados.

Compreender o programa é absorver a relação existente entre o homem e o ambiente, originando diferentes formas de organização e interacção com a natureza e a cultura. Executar o Programa de Regionalização do Turismo é actuar na promoção, cooperação e parcerias entre os segmentos envolvidos.

O programa actua para qualificar o produto turístico; ampliar a oferta turística; criar estruturas nos destinos turísticos; ampliar, capacitar e qualificar o mercado de trabalho; aumentar a entrada do produto turístico no mercado internacional; aumentar o consumo de produto turístico para o mercado nacional; aumentar a taxa de permanência e o gasto médio dos turistas.

O Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil foi estruturado para em médio prazo, transformar a oferta turística nacional, orientando seu plano de acção para: ordenação, normatização e regulamentação da actividade turística; informação e comunicação; articulação; envolvimento da comunidade; capacitação; incentivo e financiamento; infra-estrutura; promoção e comercialização da actividade turística.

Para promover o desenvolvimento das regiões turísticas do Brasil, foram elaborados pelo Ministério do Turismo documentos de orientação para que o programa fosse facilmente implantado em todas as regiões do país. Deste modo, cada região pôde identificar o grau de desenvolvimento em que estava situado para a partir desta fase, com base nas directrizes do programa de regionalização iniciar sua implementação.

Os documentos disponibilizados sob a forma de “cadernos de turismo” buscando através da utilização de uma linguagem simples facilitar a compreensão de todos os envolvidos no processo. Esta colecção de documentos é formada por 13 cadernos, um para cada Módulo Operacional e quatro referente a assuntos para auxiliar a aplicação destes Módulos, são eles:

I – Introdução à Regionalização do Turismo;

II – Módulo Operacional 1: Sensibilização;

III – Módulo Operacional 2: Mobilização;

IV – Módulo Operacional 3: Institucionalização da Instância de Governança Regional;

V – Módulo Operacional 4: Elaboração do Plano Estratégico para Desenvolvimento do Turismo Regional;

VI – Módulo Operacional 5: Implementação do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional;

VII – Módulo Operacional 6: Sistema de Informações Turísticas do Programa;

VIII – Módulo Operacional 7: Roteirização Turística;

IX – Módulo Operacional 8: Promoção e Apoio à Comercialização;

X – Módulo Operacional 9: Sistema de Monitoria e Avaliação do Programa;

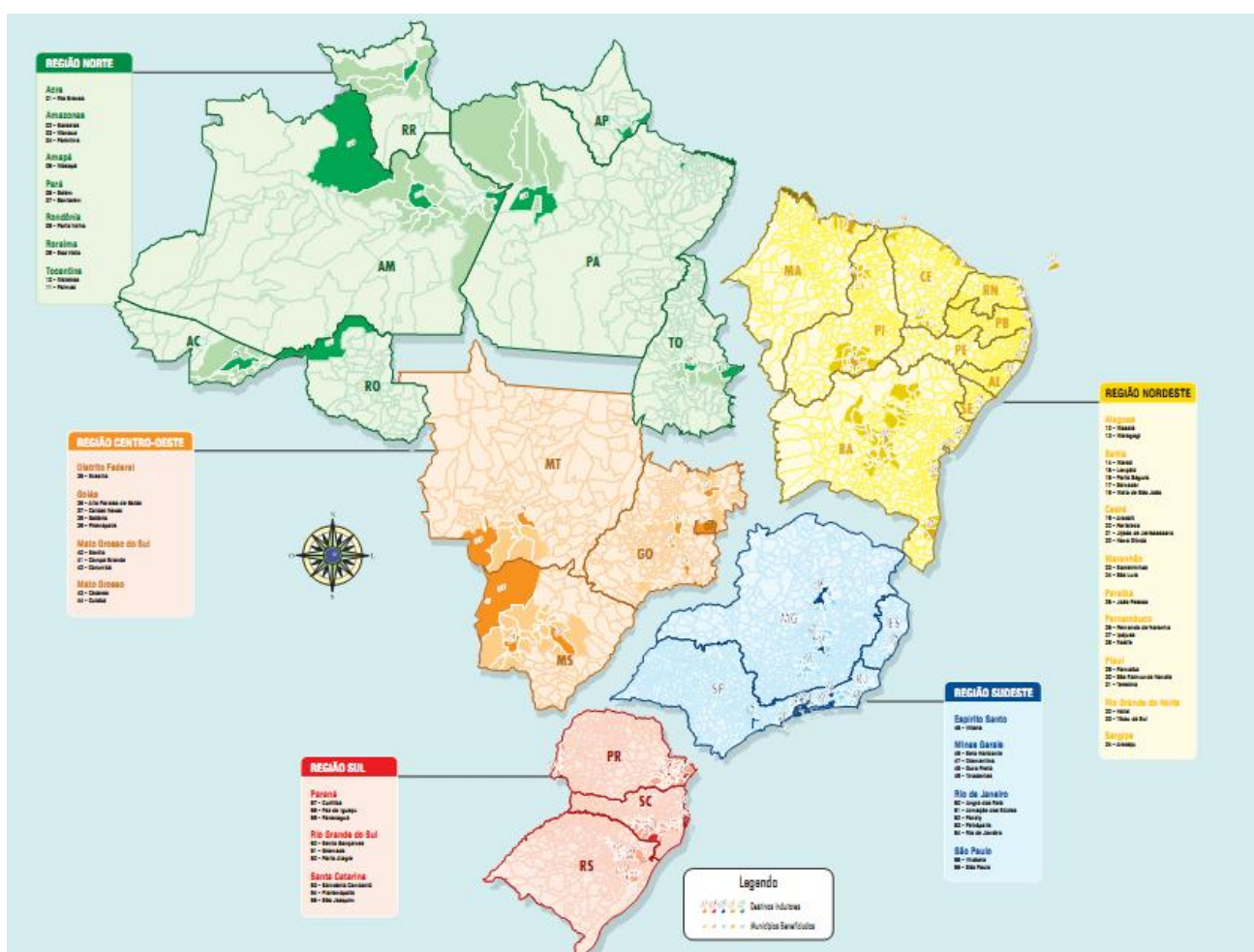
XI – Acção Municipal para a Regionalização do Turismo;

XII – Formação de Redes;

XIII – Turismo e Sustentabilidade.

Os cadernos referidos acima pelo Ministério do Turismo, fornecem todos os passos necessários para a organização de todos os municípios e regiões turísticas brasileiras se organizem baseados na sustentabilidade ambiental, económica, sociocultural e político-institucional.

Mapa 3: Mapa da Regionalização do Turismo



Fonte: www.marcabrasil.org.br/docs/mapa.pdf

As orientações disponibilizadas através desta colecção, possuem como função possibilitar que os objectivos propostos pelo Programa de Regionalização do Turismo sejam alcançados através do planeamento e com a participação efectiva da comunidade local.

O Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil é valorizar e estruturar o turismo interno de modo a atender melhor aos turistas. A actividade turística, ao ser desenvolvida de forma planeada, coordenada e integrada de modo a que todos os actores estejam envolvidos no processo de tomada de decisão, podendo abranger todo o território nacional, respeitando as diversidades regionais e culturais do País.

Desde o momento da criação do Programa até os dias actuais, pode-se dizer que uma das principais conquistas foi a existência de uma grande e diversa rede de pessoas inseridas do Programa, demonstrando que o objectivo da regionalização foi atingido através do trabalho executado pelas Instâncias de Governança Regionais. Outro resultado observado foi a capacidade desenvolvida pelo Programa em indicar os destinos indutores do desenvolvimento turístico devido ao mapeamento que foi realizado em todo o País.

6.2.3.4. 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional

O projecto denominado 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional desenvolvido pelo Ministério do Turismo em conjunto com o SEBRAE Nacional e a Fundação Getúlio Vargas, possui como principal finalidade definir parâmetros para que se possa avaliar o estágio de desenvolvimento dos destinos indutores e realizar a elaboração de planos de acção para que estes destinos alcancem um alto nível de qualidade para competir com destinos internacionais. Este projecto constitui um importante instrumento de planeamento.

De acordo com o Ministério do Turismo, este projecto esta voltado para instituir um sistema da gestão nos planos de acções dos 65 destinos indutores do turismo, visando habilitar os actores locais, fortalecendo assim a governança local e aumentando seus conhecimentos a respeito do planeamento estratégico, de modo a agilizar e ampliar a rede, monitorando as acções realizadas para por fim facilitar o processo de planeamento, execução e monitoramento.

Inserido neste projecto estão 13 dimensões fundamentais para o desenvolvimento do turismo, são elas: infra-estrutura geral, serviços e equipamentos turísticos, acesso, atractivos turísticos, *marketing* e promoção do destino, políticas públicas, cooperação regional, monitoramento, economia local, capacidade empresarial, aspectos sociais, aspectos ambientais e aspectos culturais, além destas dimensões são mais 62 variáveis que possibilitam ao Ministério do Turismo conhecer mais a fundo a conjuntura dos Destinos, de acordo com o Plano Nacional de Turismo. Apesar das belezas naturais, do património e da diversidade cultural que o Brasil possui e de um povo gentil e hospitaleiro se faz necessário um trabalho para melhorar a infra-estrutura e qualificar a mão-de-obra para nos tornarmos mais competitivos, essencial para o mundo globalizado em que vivemos.

Neste projecto o Ministério do Turismo buscou descentralizar suas acções do poder público nas três esferas: nacional, regional e municipal, buscando realizar um trabalho em conjunto com a iniciativa privada e o terceiro sector, com base no relatório Brasil, para melhorar as condições dos 65 destinos tornando-os mais competitivos, oferecendo um atendimento de qualidade internacional a turistas brasileiros e estrangeiros.

Todos os esforços realizados em conjunto com as diferentes esferas do governo e a sociedade civil, possibilitaram um grande avanço na expansão e fortalecimento do turismo interno enfatizando o turismo como factor de inclusão social.

Todas as regiões do Brasil foram contempladas com roteiros elaborados de acordo com suas potencialidades inclusive foram formados roteiros integrando regiões, apresentando atractivos de qualidade com maior capacidade de atracção para si e para regiões próximas, buscando o desenvolvimento turístico de toda a região.

6.3. Conclusão

Pode-se afirmar que o desenvolvimento da actividade turística no Brasil realmente começou após a década de 60, com o passar dos anos foram surgindo muitos planos e projectos, no entanto alguns deles não chegaram a sair do papel, depois de um longo período de estagnação e fracassos surge então o Plano Nacional de Municipalização do Turismo e o PRODETUR-NE I que também não obtiveram o sucesso esperado mas que serviu de base para o desenvolvimento de outros programas. O PRODETUR-NE está em sua segunda fase e espera-se que não sejam cometidos os mesmos erros na primeira fase.

O divisor de águas para o desenvolvimento do turismo no Brasil está na criação do Ministério do Turismo para direccionar as políticas públicas e desenvolver o sector de forma planeada. A partir da criação do primeiro Plano Nacional de Turismo 2003-2007 onde o turismo passou a se desenvolver de forma planeada e participativa sendo estabelecidas metas, macro-programas e programas para o crescimento do sector. O PNT 2007-2010 surgiu com novas metas e realizando melhorias nos macro-programas e programas realizando principalmente uma maior promoção no mercado interno e colocando o turismo como grande ferramenta de inclusão social.

O Programa de Regionalização Turismo – Roteiros do Brasil juntamente com o Projecto dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional são as mais fortes ferramentas de planeamento e gestão desenvolvidas pelo MTur através do PNT para que o turismo cresça de forma descentralizada e participativa atentos principalmente as necessidades e desejos dos municípios.

O Brasil ainda está longe de atingir lugares de destaque no turismo mundial, porém vem crescendo aos poucos e da forma correcta através do planeamento. As acções decorrentes da promoção do Brasil no exterior, do bom momento económico que o País tem vivido e todos os benefícios decorrentes conseguiram atrair dois maiores

eventos esportivos mundiais, a Copa do Mundo que se realizará em 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016, que são provas visíveis do desenvolvimento que a actividade vem obtendo no País.

Capítulo 7

Turismo na Paraíba

7.1. Introdução

A região Nordeste é a região do Brasil que representa menor desenvolvimento e um maior número de estados, estando inserido nesta região o Estado da Paraíba.

A Paraíba possui um grande potencial turístico ainda pouco explorado, bem como sua capital João Pessoa e a região metropolitana que são objecto deste estudo. Este capítulo, faz referência as três principais políticas públicas elaboradas para o desenvolvimento turístico da região mas que foram parcialmente implantados não cumprindo totalmente seus objectivos ou nem chegaram a sair do papel motivados por interesses meramente políticos que

se sobressaem aos interesses da comunidade no que se refere ao desenvolvimento da actividade turística e que poderia beneficiar todo o estado.

Ao longo do capítulo é realizado um levantamento dos principais pontos turísticos da Região Metropolitana de João Pessoa – RMJP e analisados os resultados a partir dos dados obtidos através de pesquisas realizadas pela Empresa Paraibana de Turismo – PBTUR, Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Económico do Estado e Instituto Fecomércio de Pesquisas Económicas e Sociais da Paraíba em parceria com o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas da Paraíba – SEBRAE – PB.

7.2. Caracterização da Paraíba

Mapa 4: Mapa da Paraíba



Fonte: <http://www.guianet.com.br/pb/mapapb.htm>

O Estado da Paraíba tem como capital a cidade de João Pessoa e faz divisa com os estados de Pernambuco, Rio Grande do Norte e Ceará. Possui uma população de 3.766.834 (censo 2010), distribuídos em uma área de 56.584,6 km², distribuídos em 223 municípios com uma densidade demográfica de 66,57 habitantes por km² (IBGE).

Segundo dados do IBGE no ano de 2008, o PIB da Paraíba atingiu 25,7 bilhões de reais, semelhante aos demais estados brasileiros, a economia da Paraíba está concentrada em apenas cinco municípios (João Pessoa, Campina Grande, Cabedelo, Santa Rita e Patos) totalizando 57,7% do PIB produzido no Estado. Ainda de acordo com o IBGE o município de Cabedelo possui a maior renda per capita

A economia do estado desenvolve-se em torno da agricultura, indústria, pecuária e o turismo já apresenta alguma representatividade. Na agricultura, a cana-de-açúcar é o produto principal além do algodão e algumas frutas como o caju e o abacaxi, entre outras, porém a agricultura do estado sofre com longos períodos de estiagem prejudicando consideravelmente sua produção. No sector industrial destaca-se a indústria de transformação, de alimentos, bebidas, couros e calçados são as que representaram um maior crescimento. Na pecuária destaca-se a criação de caprinos e bovinos.

7.3 Desenvolvimento Histórico do Planeamento Turístico na Paraíba

Segundo Leal (2001) apenas após o término da Segunda Guerra Mundial é que se deu início a acções mais concretas para o desenvolvimento turístico da Paraíba. Durante o período de 1947–1951, no governo de Oswaldo Trigueiro, foi criado um sector que se destinava ao lazer em seu gabinete. Posteriormente no município de João Pessoa criou-se uma chefia para tratar dos festejos populares e turísticos durante a administração do então prefeito Oliveira Lima (1951 – 1955).

No governo de Ivan Bichara instalou-se a PBTUR (Empresa Paraibana de Turismo), em Maio de 1975, destacando entre seus principais objectivos:

[...] adquirir, explorar, directa ou por concessão, hotéis, motéis, restaurantes, *campings*, balneários e outros empreendimentos turísticos; incrementar e fomentar o turismo no Estado, promovendo pesquisas, planeamentos e estudos; criar mecanismos que possam contribuir para o fortalecimento e desenvolvimento do sector (Leal, 2001, p. 93).

O governador Damásio Franca que actuou no período de 1979–1983 implementou um departamento exclusivamente para tratar da divulgação turística do estado.

Actualmente a PBTUR está ligada à Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Económico do Estado, tendo como suas principais actividades desenvolver a política de *marketing* e realizar a divulgação do destino turístico Paraíba.

De acordo com Leal (2001), foram criados muitos planos, projectos, estudos e diagnósticos na tentativa de construir estratégias que desenvolvessem o turismo na Paraíba, entre os principais destacam-se:

- Plano de desenvolvimento Turístico de João Pessoa, elaborado por Alexandre Djukitch (1975 – 1979);
- Planatur, elaborado para o Governo do Estado por uma empresa de Brasília. Possuía três directrizes principais: programa de articulação institucional; programa de desenvolvimento do eixo litoral e potencialização dos pólos turísticos tradicionais.
- Parahyba (1991–1994).
- Protur, Programa para o Desenvolvimento Sustentado do Turismo no Estado da Paraíba, elaborado pelo SEBRAE.

Para complemento desta lista estão as políticas públicas de turismo mais recentes e consideradas as mais importantes até então: o PRODETUR/NE –PB etapas I e II, o Projecto Cabo Branco e o Plano Amanhecer, que serão analisadas e discutidas posteriormente.

O Projecto Cabo Branco foi o primeiro, surgiu em 1988, nenhum dos empreendimentos turísticos definidos pelo projecto foi posto em prática, não

chegando a ser implementado. Em seu primeiro edital público, em 1989, foram cedidos 16 lotes para construção de empreendimentos hoteleiros, a grupos paraibanos e nacionais, alguns inclusive vinculados a cadeias internacionais (Vidal, 2007). Não houve construção de nenhum empreendimento.

O Projecto Turístico Cabo Branco, intitulado hoje Complexo Turístico Cabo Branco, a cada novo governo, são feitas novas promessas de colocar em prática as propostas idealizadas pelo projecto. Porém mesmo com incentivos fiscais e doação dos lotes, nunca houve ninguém que se interessasse realmente em construir algum empreendimento.

Com o surgimento do PRODETUR – NE, na década de 1990, um programa que disponibilizava crédito para que o sector público desenvolvesse o turismo através de financiamento do Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID disponibilizado pelo Banco do Nordeste, surgiu um novo estímulo para o Complexo Turístico Cabo Branco como uma das prioridades do PRODETUR na Paraíba. O Complexo Turístico localizado no litoral sul do município de João Pessoa, deveria ser contemplado com equipamentos hoteleiros e de infra-estrutura de apoio, havia uma previsão de implantação de 2.700 Unidades Habitacionais.

Em 1994, devido a divergências existentes entre o Governo do Estado e a Prefeitura Municipal de João Pessoa, as acções do PRODETUR para o desenvolvimento do Complexo Turístico Cabo Branco foram retiradas do Plano de Aplicação (Banco do Nordeste do Brasil S.A., 2005a). Referente ao Complexo Turístico Cabo Branco, permaneceram apenas acções de abastecimento de água e saneamento básico, que actualmente para que o complexo começasse a ser implantado teriam de ser refeitas.

Em 2000 houve o lançamento do Plano Amanhecer ou Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo, a partir de recursos disponibilizados pelo PRODETUR juntamente com outras fontes de financiamento, buscando finalmente desenvolver a actividade turística na Paraíba. Nas acções do Plano Amanhecer estavam ainda a implementação do Complexo Turístico Cabo Branco.

Para receber verbas da segunda etapa do PRODETUR, o Plano Amanhecer foi apresentado como base para as acções do segmento turístico do Estado da Paraíba, no Termo de Referência para o Desenvolvimento Institucional, documento emitido em 2001, exigido pelo PRODETUR II (PBTUR, 2001).

O Plano Amanhecer, esteve em vigor como o plano para o desenvolvimento do turismo no estado até o ano de 2003, onde devido a mudança de governo, em 2004 foi substituído pelo Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) atendendo às directrizes do Plano Nacional de Turismo (Andrade, 2007).

Um dos maiores problemas observados na Paraíba, reflexo do que também acontece no restante do País, e que intervém directamente nas Políticas Públicas de Turismo, é a questão da descontinuidade administrativa.

Na política, uma administração competente depende da harmonia entre alguns factores determinantes: o oferecimento de forma adequada dos bens e serviços obrigatórios do Estado, o controle das finanças e a protecção económica e social da comunidade. Esses factores regulam, sob o ponto de vista temporal, pela necessidade de adequação de se dar continuidade às políticas de governo que tenham produzido resultados satisfatórios ou, pela proposta de que algumas mudanças realizadas alcancem uma produtividade satisfatória (Alvin, 2002).

O maior problema é não existirem instrumentos legais que garantam a continuidade administrativa. Ao cada novo governo, não se pode impor que se cumpram as promessas de campanha, nem que mantenha as políticas estabelecidas pelo governo anterior e consideradas eficientes. A postura de oposição geralmente predomina a qualquer custo, mesmo que prejudique a sociedade (Alvin, 2002).

Atraso no pagamento das contas, desorganização da máquina administrativa, interrupção das políticas que necessitam de continuidade e os maiores prejudicados com essas disputas interpartidárias é a sociedade, que é a maior vítima “dessa batalha política munida de fartas doses de orgulho, ambição, arrivismo, dentre outras posturas enviesadas decorrentes da conquista do poder”. (Alvin, 2002).

7.4. Turismo na Paraíba

Para Falcão (2004), os atractivos da zona costeira brasileira tornaram-se os principais pontos de atracção tendo observado os “acelerados e, via de regra, desorganizados processos de urbanização industrialização e uso turístico, facto esse que impõe ao Poder Público uma actuação firme no sentido de controlar o uso e a ocupação desse importante espaço, haja vista o seu valor paisagístico e a incomensurável importância dos seus ecossistemas”. Contudo, não se observa nos estados do Nordeste brasileiro esta necessária “actuação firme” por parte do poder público.

De acordo com Dias (2003), o turismo realizado no litoral, ou como é denominado de sol e praia, é que possui maior intensidade no país “que apresenta facilidades para o seu desenvolvimento devido às dimensões continentais da costa brasileira” (p.63).

Segundo Coriolano (2006,p.49) “o Nordeste brasileiro é conhecido mundialmente como o foco de pobreza da América Latina”, e é através do turismo que vem se desenvolvendo uma nova visão a respeito da região explorando seus atractivos naturais e culturais, especialmente as belíssimas praias. A questão de longos períodos sem chuvas sempre foi associado a seca e a pobreza mas isto vem se modificando conforme complementa a autora “a partir de um *marketing* do turismo, passou a ser visto como um factor de incentivo aos fluxos turísticos, como um privilégio da natureza, servindo para a construção desta nova identificação” (Coriolano, 2006, p.50).

Na Paraíba, as políticas públicas de turismo sempre incentivaram o turismo litorâneo, de sol e mar, o interior do estado praticamente não participava, com excepção do São João realizado na cidade de Campina Grande, a segunda maior cidade do estado.

7.4.1. PRODETUR-NE I e II na Paraíba

As negociações entre o Governo da Paraíba e o BNB visando habilitar o estado para o PRODETUR-NE I iniciou-se em 1994 através do documento “Estratégia para o Desenvolvimento da Actividade Turística no Estado da Paraíba”. No documento o estado foi dividido em dois eixos fundamentais para o desenvolvimento do turismo: eixo litoral e eixo interior, sendo decidido posteriormente que o PRODETUR consideraria apenas o eixo do litoral. O litoral foi escolhido por apresentar maior número de recursos naturais de forte impacto, como praias, falésias, manguezais, mata atlântica, e cursos d’água (Banco do Nordeste S.A., 2005a).

No eixo litorâneo foram seleccionados dois “Assentamentos Turísticos” denominados Complexo Turístico Cabo Branco e Centro de Animação Tauá, ambos localizados no litoral sul. O Complexo Turístico Cabo Branco abrangeria uma área de 507 hectares servindo de suporte para o desenvolvimento litorâneo, dotado de empreendimentos hoteleiros e infra-estrutura de apoio. O Centro de Animação Tauá englobaria uma área de 200 hectares possuindo como suporte o município do Conde e deveria ser composto por equipamentos para a prática de esportes, a aventura e a cultura da saúde e do corpo, também seriam disponibilizadas unidades habitacionais.

Os atractivos eleitos para serem beneficiados pelas acções do PRODETUR-NE I na Paraíba foram, o sol, o mar, sítios históricos e áreas ecológicas. Os recursos foram distribuídos da seguinte forma: saneamento de praias (42,7%); rodovias de acesso às praias (28,8%); recolha de resíduos sólidos e recuperação ambiental (12,5%); património histórico (3,9%) e demais encargos (12%) (Banco do Nordeste S.A. 2005a).

Devido a incompatibilidades entre o Governo do Estado e a Prefeitura municipal de João Pessoa, referente às acções que fariam parte do plano e as responsabilidades executivas, algumas acções acabaram por serem excluídas e outras foram acrescentadas.

Foram realizadas também Acções de Desenvolvimento Institucional buscando melhorar a eficácia dos agentes públicos relacionados ao PRODETUR-NE, o Departamento de Estradas e Rodagens (DER), Empresa de Turismo da Paraíba (PBTUR), Superintendência de Desenvolvimento do Meio Ambiente (SUDEMA) e também alguns municípios como o Conde e Pitimbu através da elaboração de seus planos directores.

O BNB (2005a, p.29) declara que “os programas de acção dos órgãos do governo foram voltados praticamente para necessidades internas, sem capacidades para gerar transformações significativas a organização e gestão do sector turístico na Paraíba”. Sendo assim, segundo o Banco do Nordeste novos Projectos de Desenvolvimento Institucional deverão ser acrescentados ao PRODETUR-NE II na Paraíba, buscando corrigir os erros observados na execução da primeira etapa do programa para corrigi-los fazendo com que os três órgãos actuem de maneira integrada para o bem do desenvolvimento turístico do Estado da Paraíba.

O PRODETUR mostrava-se como a solução para todos os problemas relacionados ao litoral da Paraíba, como promotor de “desenvolvimento novo e auto-sustentável”, prometia melhorar a qualidade de vida e gerar empregos, desenvolvimento económico, promover a preservação, recuperação e conservação ambiental, e por fim desenvolver o turismo de forma participativa envolvendo a comunidade local, instituições públicas e privadas.

Através do programa PRODETUR-NE I foi realizada a construção da rodovia PB-008 que “provocou o início de mudanças sociais e económicas no município do Conde, através da ampliação da oferta de UH's e novas unidades de hospedagem, gerando novas oportunidades de trabalho e incrementando a renda da população e a receita tributária municipal” (Banco do Nordeste do Brasil S.A., 2005a, p. 9).

Foram realizadas obras de saneamento, sendo dito que “as obras de saneamento que foram concluídas em João Pessoa e Cabedelo melhoraram as condições ambientais das áreas atendidas e conseqüentemente do meio ambiente e das praias integrantes de sua área de influência” (Banco do Nordeste do Brasil S.A., 2005a, p.9).

Segundo o Banco do Nordeste (2005a, p.9), “as obras de recuperação do Centro Histórico de João Pessoa, em que pese embora serem bastante pontuais, preservaram monumentos representativos da história, gerando um novo fluxo turístico para um produto potencialmente relevante”.

O Banco do Nordeste (2005a, pp. 39-49) discorre sobre os impactos negativos do PRODETUR – NE I na Paraíba:

Um exame da configuração e execução do elenco de acções que constituiu o PRODETUR NE I/PB, não vislumbra impactos negativos nos planos económicos, social ou ambiental. Primeiramente em face a natureza das acções de saneamento, património histórico e desenvolvimento institucional, depois porque houve uma preocupação quanto à economicidade das obras e com o meio ambiente, um exemplo deste último é o traçado da Rodovia da PB – 008 Sul que foi afastado da Foz do Rio Gramame para não provocar qualquer impacto negativo sobre a área estuarina daquela bacia hidrográfica. Por outro lado, se teve o cuidado de submeter todos os Projectos à aprovação da SUDEMA, visando à obtenção da licença de instalação e operação, e quando se apresentou necessário, se procedei os ajustes requeridos pela legislação ambiental.

Dizer que o programa não gerou impactos económicos negativos não relaciona a dívida contraída de milhões de reais que será amortizada até 2019, bem como os impactos sociais gerados pela transformação urbana ocorrida no litoral sul da Paraíba através da construção da PB-008. Outra observação é que em momento algum a comunidade local foi consultada durante esse processo de tomada de decisão.

Coriolano (2006) critica ao afirmar que um dos maiores problemas é que o Programa foi projectado de cima para baixo, voltado principalmente para o turismo internacional. Outro grande erro é que não se investiu na população local uma vez que o nordeste é “uma área conhecida como foco de pobreza nacional”.

Iniciado em 1999, o PRODETUR-NE II possuiu dois direccionamentos estratégicos: reparar os impactos negativos decorrentes da primeira fase do programa e não repetir tais impactos em sua segunda fase, através da incorporação dos princípios do Desenvolvimento Sustentável (Banco do Nordeste do Brasil, 2002).

Para dar consequência às acções do PRODETUR/NE I, o Banco do Nordeste deu início em 1998 ao processo de estruturação dos Pólos de Desenvolvimento Integrado de Turismo Sustentável (Pólos de Turismo), visando conferir sustentabilidade à actividade turística, pela convergência e continuidade de acções e projectos e pelo fortalecimento dos elos da Cadeia Produtiva do Turismo. Neste contexto, os Pólos de Turismo são uma iniciativa empresarial do Banco do Nordeste cujo principal objectivo é promover o desenvolvimento contínuo do turismo em mesorregiões vocacionadas que permitam a mobilização e integração dos actores locais envolvidos com a gestão e organização da actividade turística (Banco do Nordeste do Brasil, 2002).

A execução desses Pólos realizou-se por etapas, primeiramente foram definidas as áreas para potencial actuação e uma vez que foram definidos os municípios houve a instalação dos Conselhos de Turismo dos Pólos.

Na Paraíba o PRODETUR – NE II criou o Pólo Costa das Piscinas, composto por 12 municípios em uma área de 2.503 km², no entanto a área de planeamento só envolve dos municípios de Bayeux, Cabedelo, Conde, João Pessoa e Pitimbu.

Porém, por questões políticas, entre coordenadoria executiva do PRODETUR-PB e o Governo do Estado que era do partido de oposição ao Governo Federal, nada foi facilitado para o programa na Paraíba que acabou por não participar desta fase do PRODETUR II. Relacionado a este facto Silva (2005, p. 46) cita:

Apesar do esforço ao engajamento da sociedade na definição das acções, reconhecendo-a como instrumento legítimo de participação, através da composição partidária dos conselhos, há de se ressaltar o controle que o poder público acaba tendo dentro dessas instituições. Fóruns e Conselhos, muitas vezes constituem-se, no contexto político brasileiro, mera formalização para repasse de verbas a um Estado imediatista, preocupado em realizar acções que demonstrem eficiência em quatro anos de gestão.

Pelo facto de o PRODETUR II ainda se encontrar em andamento, não se pode realizar uma análise mais completa de seus resultados.

7.4.2. Complexo Turístico Costa do Sol

Desenvolvido em 1988 durante o Governo Burity, o Plano de Desenvolvimento Turístico da Paraíba, destacou-se por ganhar uma maior abertura no cenário político e ter tido suas obras iniciadas. Sendo basicamente composto pelo Projecto Costa do Sol, teve como autor o arquitecto Luciano Agra inspirado no modelo turístico implantado em Cancun no México. O idealizador do projecto, juntamente com uma equipe da PBTUR e empresários da hotelaria paraibana realizaram visita oficial ao México para buscar informações e tecnologias para a elaboração e implantação do projecto (Leal, 2001).

Afirma-se que o desenvolvimento deste Pólo possuiu como objectivo proporcionar uma alternativa para o desenvolvimento socioeconómico do estado, aproveitando-se das potencialidades existentes no litoral sul de João Pessoa.

O Complexo Turístico Costa do Sol, hoje denominado Complexo Turístico Cabo Branco, era na época em que foi lançando e até os dias de hoje ainda é considerado como uma alavanca que impulsionaria o desenvolvimento turístico da Paraíba.

Até os dias de hoje do Projecto Pólo Turístico Cabo Branco, apenas foi construída a infra-estrutura necessária para a implantação dos equipamentos turísticos.

Ao sobrevalorizar investimentos estrangeiros, incentivando-os com isenções de impostos, longos prazos e concessões de empréstimos, o Governo em vez de incentivar o fortalecimento das economias locais e fomento da capacidade local de empreender acaba por estimular o aumento da dependência de capital estrangeiro.

Conclui-se que as acções propostas pelo Complexo Turístico Cabo Branco, na forma em que se apresentam não seriam capazes de estabelecer planeamento e gestão de turismo responsáveis.

7.4.3. O Plano Amanhecer

Apresentado em Junho de 2000, o Plano Estratégico de Desenvolvimento da Paraíba, também denominado Plano Amanhecer. O plano foi elaborado pela equipe da empresa *Marketing Systems Consultoria*, chefiada pelo consultor espanhol *Joseph Chias*, que também havia sido o responsável pelos planos estratégicos de Barcelona, Buenos Ayres, Rio de Janeiro, São Luís, entre outros.

Sob o *slogan* “Nasce um Novo Turismo”, o plano possuía a função de servir como orientação para todas as acções a serem realizadas pelo poder público e pela iniciativa privada em busca do desenvolvimento turístico da Paraíba de 2000 a 2010. O plano possuía a previsão de retorno de um bilião de reais para o Estado em um prazo de dez anos, para a elaboração do plano o consultor foi contratado pela PBTUR sob apoio financeiro da EMBRATUR. Trata-se do primeiro plano de turismo que incluía o interior do estado de forma mais significativa. Pela sua amplitude e detalhamento das acções, seria este o conjunto de políticas públicas de turismo mais completo até então. Entretanto, este plano nunca chegou a ser posto em prática, foi arquivado quando houve mudança do partido do governo do Estado em 2003. Desde então, não mais se falou sobre o Plano Amanhecer.

Joseph Chias destacava que o Plano Amanhecer deveria ter a participação de todos os sectores da sociedade para que as metas propostas fossem atingidas. As metas pré-estabelecidas foram: em 2002 o estado receberia 780 mil turistas, destes 750 mil nacionais e 30 mil estrangeiros, para 2010 a meta aumentaria para 1.375 milhão de turistas, sendo 1.200 milhão de turistas brasileiros e 175 mil estrangeiros. Apesar do plano não ter sido posto em prática, a meta proposta para o ano de 2002 foi ultrapassada, tendo o estado da Paraíba recebido em 2002 908.709 turistas.

A *Marketing Systems* utilizou a estratégia de dividir o estado em seis pólos turísticos de acordo com a proximidade territorial, identidade cultural e natural, semelhança climática, vegetação e recursos turísticos. Os pólos foram divididos da seguinte forma:

- Pólo 1 – João Pessoa: João Pessoa, Cabedelo, Santa Rita e Bayeux;
- Pólo 2 - Praias de Cabedelo a Pitimbú: Praias de João Pessoa, Praias de Cabedelo, Conde e Pitimbu;
- Pólo 3 - Litoral Norte: Lucena, Mataraca, Mamanguape, Baía da Traição e Rio Tinto;
- Pólo 4 - Campina Grande: Campina Grande, Cabaceiras e Ingá;
- Pólo 5 - Brejo Paraibano: Areia, Alagoa Grande, Bananeiras e Araruna;
- Pólo 6 – Sertão Paraibano: Sousa, Cajazeiras, Pombal, Patos e Itaporanga.

Os investimentos previstos para o desenvolvimento do plano equivaliam a 322,25 milhões de reais disponibilizados por parte da iniciativa privada e 440 milhões pelo sector público, além de 2 milhões que seriam gastos em acções de comunicação.

O plano possuía como prioridade o desenvolvimento do turismo sustentável, dando ênfase a que todos os agentes sociais estivessem envolvidos em todo o processo de planeamento.

O Plano Amanhecer é compromisso do meu governo com a Paraíba. O Desenvolvimento do Turismo gera crescimento social e económico. Portanto, é evidente a necessidade do engajamento de todos os sectores da sociedade e principalmente do sector turístico, para se promover novas iniciativas e alcançar as metas estabelecidas.

O Plano agrega ao nosso turismo um componente fundamental: Planeamento Estratégico. Trata-se de uma nova alternativa económica, que meu governo estimula e no qual deposita total confiança, a ponto de determinar a sua inserção no Plano de desenvolvimento Sustentável da Paraíba. Aliando-se às acções promocionais e ao alto investimento realizado em infra-estrutura, estão sendo criadas as condições para o desenvolvimento do sector na Paraíba. (Trecho do discurso do Governador do Estado em exercício na época de lançamento do Plano Amanhecer. Disponível em: www.pbtur.pb.gov.br, acesso em 05 set. 2009.

Segundo a PBTUR (2000) Plano dividia-se em duas fases, na Fase I seu objectivo era conhecer melhor o estado, seus aspectos sociais, culturais, urbanos, naturais e de infra-estrutura, buscando colectar os dados para que o plano fosse elaborado de forma coerente e precisa. Na Fase II, estava o Plano Operacional, onde foram estabelecidos com detalhe a Estratégia de Desenvolvimento, definidos em macro-programas, programas e acções necessários a sua implementação.

Para que os objectivos fossem atingidos, foram estabelecidas duas fases temporais. De 2000 a 2002 seria a fase de estruturação da oferta da Paraíba e de 2003 a 2010 a fase de crescimento do número de turistas.

A Fase II do Plano Amanhecer, em seu Plano Operacional encontrava-se dividida em quatro macro-programas: Desenvolvimento, Turismo de Qualidade, Comunicação e *Marketing*.

O Plano sugeria que fossem retomadas as obras do Pólo Turístico Cabo Branco, a construção de um campo de golfe na praia de Intermares além de um parque temático na mesma praia.

Embora possuísse algumas falhas, o Plano Amanhecer foi o plano mais abrangente e detalhado até então elaborado para o Estado da Paraíba. Trata-se de um plano com acções que beneficiariam a comunidade, ao menos em seus discursos e promessas. Infelizmente, as propostas contidas no discurso nunca saíram do papel. Mesmo ainda durante o Governo que encomendou o plano nos anos de 2000-2002 nada foi realizado, com a mudança de governo em 2003, o Plano foi definitivamente abandonado tendo sido substituído pelo PDITS.

7.5. Município de João Pessoa

O portão de entrada da Paraíba é sua capital João Pessoa fundada no ano de 1585 sob o nome de Nossa Senhora das Neves é uma das cidades mais antigas do Brasil. A cidade de João Pessoa também é conhecida como “Porta do Sol” por ser no município que está localizado a Ponta do Seixas, o ponto mais oriental das Américas, onde o sol nasce primeiro.

A cidade de João Pessoa nasceu às margens do Rio Sanhauá, onde hoje é o centro, a partir da década de 70 a cidade começou a se expandir para a orla marítima. Referindo-se a arquitectura, nos bairros do centro por serem os mais antigos onde

encontram-se a maior parte das áreas tombadas pelos órgãos de protecção ao património.

Figura 1: Visão Aérea da Orla de João Pessoa



Fonte: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=195550>

Nas últimas três décadas, João Pessoa vem passando por um intenso período de crescimento, por ser uma tendência das capitais, as cidades mais próximas também acompanharam sua expansão, sendo criada pela Lei Complementar Estadual 59/2003 a Região Metropolitana de João Pessoa – RMJP inicialmente composta pelos municípios de Bayeux, Cabedelo, Conde, Cruz do Espírito Santo, João Pessoa, Lucena, Mamanguape, Rio Tinto e Santa Rita sendo posteriormente incluídos através da Lei Complementar Estadual 90/2009 os municípios de Alhandra, Pitimbú e Caaporã.

João Pessoa possui algumas particularidades incomuns as grandes cidades, é uma das cidades mais verdes do mundo, e na sua orla marítima, é proibida a construção de prédios com mais de três andares, tornando-se um diferencial, impedindo que os grandes prédios localizados na orla impossibilitem a circulação do vento.

O litoral paraibano possui uma extensão de 117 km de praias, limitando-se ao norte pelo Rio Grande do Norte e ao sul com Pernambuco. Possui um clima tropical úmido com pouca incidência de chuvas, são ao todo 53 praias naturais e urbanizadas de areias claras e águas mornas em um tom verde-esmeralda.

7.5.1. Pontos Turísticos mais Visitados da Região Metropolitana de João Pessoa - RMJP

Tabela 3: Pontos turísticos mais visitados da RMJP

PONTOS TURÍSTICOS MAIS VISITADOS	PERCENTUAL
Mercado de Artesanato Paraibano	72,37
Farol do Cabo Branco	71,15
Pôr do Sol do Jacaré	64,79
Estação Ciência	57,95
Parque Solon de Lucena	52,08
Hotel Tambaú	51,10
Centro Histórico	46,70
Forte de Cabedelo	37,16
Areia Vermelha	34,23
Igreja de São Francisco	31,54
Picãozinho	19,07
Praça Três Poderes	17,11
Pedra do Reino	13,20
Teatro Santa Roza	12,47
Casa do Artista Popular	11,00
Mosteiro de São Bento	9,29
Igreja de Nossa Senhora da Guia	8,56
Parque Arruda Câmara (Bica)	8,31
Jardim Botânico Benjamim Maranhão (Mata Buraquinho)	5,13
Igreja Universal (Templo Maior)	0,73
Primeira Igreja Batista	0,49
Ns/Nr	4,40
Não Visitou os pontos turísticos	1,71

Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas Econômicas e Sociais - IFEP

Mercado de Artesanato Paraibano – MAP está localizado no bairro de Tambaú, em uma das principais avenidas da cidade. Foi inaugurado em 26 de Janeiro de 1991 e possui 120 lojas onde são comercializados produtos de artesanato da Paraíba e do Nordeste.

O **Farol do Cabo Branco** encontra-se na praia do Cabo Branco que é formada por uma faixa de praias contornadas pelos paredões das falésias recobertos vestígios da mata atlântica. O farol construído em 1972 e possui a o formato de uma planta chamada carnaúba, típica da região. Da falésia onde se encontra o farol tem-se uma

visão privilegiada da orla da capital e do ponto mais oriental das Américas “onde o sol nasce primeiro”.

Pôr-do-sol na Praia Fluvial do **Jacaré**. Todos os dias, por volta das 17hs quando o sol dá seus últimos suspiros antes de se pôr, na praia fluvial do Jacaré, um saxofonista e um violoncelista entoam o Bolero de Ravel, o espectáculo acontece diariamente e atrai moradores e turistas que lotam os bares situados à beira do rio.

A **Estação Ciência, Cultura e Artes** também localizada na praia do Cabo Branco, próxima ao farol, e obra do arquitecto Oscar Niemeyer foi projectada para apoiar e difundir actividades científicas, artísticas e culturais na cidade, possui espaço para exposições, auditórios, anfiteatro e um mirante.

O **Parque Solón de Lucena**, possui uma grande lagoa no centro, rodeada por belas palmeiras imperiais com seus jardins traçados originalmente pelo paisagista Burle Marx restando ainda alguns exemplares de mata atlântica. É um dos mais conhecidos cartões postais da cidade. Foi tombada pelo IPHAEP (Instituto do Património Histórico e Artístico do Estado da Paraíba) em 26 de Agosto de 1980.

O **Hotel Tambaú**, como pode ser visto na figura mais acima, é considerado referência para a arquitectura brasileira. Construído na década de 70 com um formato arredondado, chama atenção e acabou por se tornar um dos principais cartões postais da cidade. São 173 apartamentos, e quase todos possuem vista para o mar ou para os jardins internos do hotel.

No **Centro Histórico** é onde está localizado o principal acervo arquitectónico da Paraíba, podendo-se observar as fases da história local. O adro da Igreja de São Frei Pedro Gonçalves tornou-se local para a realização de actividades culturais e artísticas, nesta igreja durante sua restauração foram encontrados vestígios das antigas fundações da igreja que existia ali anteriormente e que foram mantidos para visitação, predomina em seu entorno prédios com arquitectura barroca e colonial, destacando-se o antigo Hotel Globo que hoje é um centro de artes.

Quando a maré encontra-se em baixa, barcos e lanchas seguem em direcção à **Ilha de Areia Vermelha**, um banco de areia que possui uma cor avermelhada e é cercado por piscinas naturais repleta de peixes, acessível a partir da Praia de Camboinha e Praia do Poço.

Um conjunto arquitectónico barroco do século XVII composto pela **Igreja de São Francisco** e o Convento de Santo António formam o Centro Cultural de São Francisco um dos mais ricos e bem conservados monumentos da arte barroca brasileira.

Em uma de suas principais praias urbanas Tambaú, encontra-se **Picãozinho** a aproximadamente 1 km mar adentro verifica-se a presença de arrecifes coralino formando um quebra-mar natural onde quando a maré está baixa é possível se chegar de barco as piscinas naturais de águas límpidas e transparentes chegando-se a observar cardumes de pequenos peixes e crustáceos.

A **Praça dos Três Poderes** inaugurada em Maio de 1803, sempre serviu como um local de encontro para estudantes e intelectuais. Cercada por prédios históricos como o Tribunal de Justiça, o Palácio da Redenção, a Faculdade de Direito e a Assembleia Legislativa, possui jardins que estão sempre verdes, cercada por palmeiras imperiais.

A Prefeitura de João Pessoa em 2009 inaugurou um monumento denominado **A Pedra do Reino**, uma homenagem ao dramaturgo, romancista e poeta paraibano Ariano Suassuna, grande defensor da cultura nordestina, e autor de vários livros entre eles o Auto da Compadecida que já foi transformado em filme e A Pedra do Reino tornou-se uma mini-série produzida pela Rede Globo. A escultura feita em cerâmica é obra de Miguel dos Santos artista local.

O **Teatro Santa Rosa** é um dos mais antigos do Brasil, construído em 1886, possui o teto e as paredes em madeira. Em estilo neoclássico com influências do barroco italiano, erguido com grossos paredões de pedra calcária e pinho de Riga para os camarotes.

Em um casarão dos anos 40 recentemente restaurado, em João Pessoa, a **Casa do Artista Popular** serve de abrigo para o que a Paraíba possui de mais precioso que é a cultura e as tradições de seu povo. Na casa funciona uma exposição permanente do artesanato proveniente de várias regiões do estado. São mais de vinte mil peças nos mais variados tamanhos feitos à mão, são peças produzidas em pedra, couro e até rendas e trançados.

Construído em homenagem a Nossa Senhora de Monte Serrat, o **Mosteiro de São Bento** é parte de um conjunto maior que também possui uma igreja de mesmo nome. Segundo o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico da Paraíba, devido ao seu estilo barroco beneditino do século XVII, é um dos monumentos mais importantes do país.

A **Igreja de Nossa Senhora da Guia** foi construída no século XVI por padres carmelitas, localiza-se em uma área de preservação ambiental onde ainda existem resquícios de mata atlântica, por estar no alto de uma colina de onde se pode ver o mar e a zona rural, com uma visão privilegiada, no período da colonização serviu como ponto de observação contra os ataques dos invasores. Seu estilo de construção é o barroco rococó com plantas silvestres e frutas típicas da região retratadas em sua fachada.

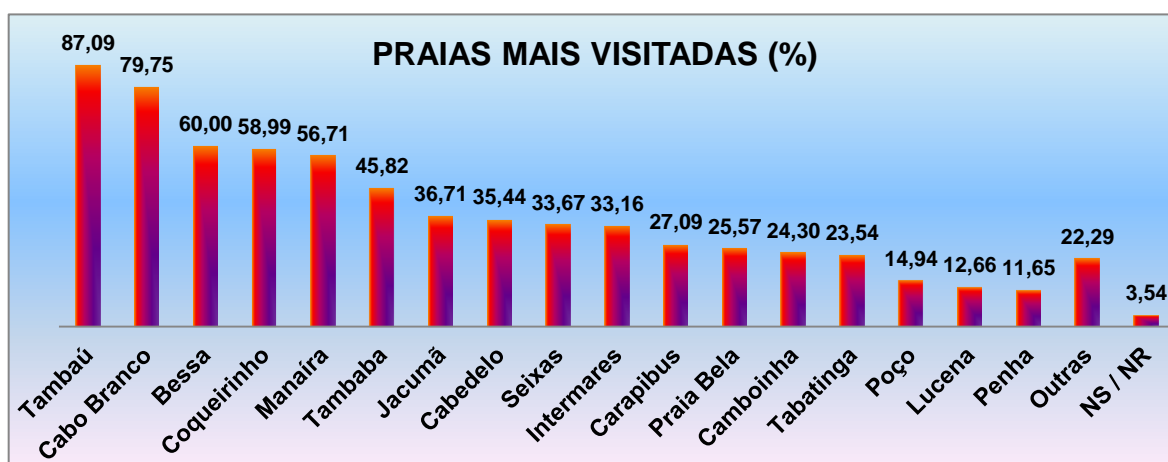
O **Parque Arruda Câmara (Bica)**, é um misto entre jardim zoológico e botânico, Cresceu a partir de uma fonte inaugurada em 1782, por isso também é chamado de Bica, tendo sua conclusão apenas em 1889, ainda possui a antiga fonte e animais espalhados por todo o parque, também tem lagos com pedalinhos, trilhas para caminhadas e um orquidário.

Criado em 2000, no meio da cidade, o **Jardim Botânico Benjamim Maranhão** é uma área para lazer e estudos de espécies da fauna e flora remanescentes da Mata Atlântica. Inserido em uma área de preservação, possui trilhas que ao percorrê-las podem ser observados várias espécies de plantas e animais. Também possui um local de estudos onde as plantas são identificadas, organizadas e catalogadas, aberto ao público, é um lugar que serve a educação, a cultura e destinado a conservação do meio ambiente.

A **Igreja Universal** e **Igreja Batista**, são templos da religião evangélica que também são visitados por fiéis e por isso foram citados na pesquisa.

Entre os principais pontos turísticos da cidade de João Pessoa, mas que não foram citados na pesquisa, podemos destacar a Casa da Pólvora tombada pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) desde o ano de 1938 e a Igreja Nossa Sra. do Carmo, construída em um estilo barroco romano a datada do século XVI, teve muitos de seus detalhes perdidos durante a invasão holandesa. Entre muito outros atractivos que a região possui mas que neste estudo foram citados apenas os mais visitados conforme pesquisa.

Gráfico 1: Praias mais visitadas da RMJP



Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas Económicas e Sociais - IFEP

Tambaú, Cabo Branco e Bessa, são as três primeiras praias mais visitadas além de **Manaíra** que está na quinta posição, por serem praias urbanas e de fácil acesso, próximas aos hotéis e ao MAP, possuem águas calmas e um calçadão à beira mar que percorre as praias, além de bares onde são servidos peixes e crustáceos, também é uma área movimentada por possuir muitos bares e restaurantes ao longo da sua orla.

O litoral sul da Paraíba possui belas praias que estão entre as mais visitadas como: **Coqueirinho, Tambaba, Jacumã, Seixas, Carapibus, Praia Bela, Penha** e

Tabatinga. Entre estas praias destacam-se a praia de Coqueirinho, que possui uma forma arredondada contornada por falésias, com um trecho com águas claras, arrecifes, poucas ondas e outra parte que encontra-se em mar aberto com ondas fortes, e rochas formando grutas naturais. É considerada uma das mais belas praias da Paraíba, ideal para a prática de pesca submarina, surf e mergulhos. O primeiro campo oficial de nudismo do Nordeste a praia de Tambaba, com 1,7 km de extensão de uma beleza ainda selvagem a praia é protegida por falésias altas e íngremes e uma densa floresta. Carapibus também é considerada uma das mais belas praias paraibanas com uma grande barreira de corais visíveis quando a maré está em baixa, forma piscinas naturais onde pode-se aproveitar a tranquilidade e a beleza do local ao lado de pequenos peixes.

O litoral norte separa-se da capital pelo Rio Paraíba tornando o acesso as suas praias mais longo e mais difícil do que para as praias do litoral sul, implicando em um menor desenvolvimento económico e como benefício as praias encontram-se em melhor estado de conservação. Seguindo em direcção ao norte da cidade de João Pessoa divisa com o município de **Cabedelo**, está a praia de **Intermares** com um mar mais agitado é própria para a prática do surfe sendo também parte do Projecto Tartarugas Urbanas por ser um importante local de desova de tartarugas marinhas e por isto necessitar de uma atenção especial quanto a sua preservação. Em seguida encontra-se a praia fluvial do **Jacaré** com seu belíssimo e especial pôr-do-sol ao som do Bolero de Ravel. As praias do **Poço** e **Camboinha**, são as mais procuradas para veraneio, de águas calmas e que dão acesso a ilha de Areia Vermelha. Atravessando de *ferry boat* a foz do Rio Paraíba, chega-se ao município de Lucena onde se pode visitar a Igreja da Guia. Um pouco mais a frente na praia de Barra de Mamanguape, está localizado um dos postos do Projecto Peixe Boi Marinho, na praia da Baía da Traição encontra-se a reserva dos índios Potiguaras, a única reserva do estado. A última praia do litoral norte chama-se Barra de Camaratuba e é considerada a mais bela do litoral paraibano.

7.6. Crescimento Percebido do Sector Turístico de João Pessoa

Para verificar o crescimento decorrente dos planos, projectos e programas, sejam os elaborados pelas esferas nacional, estadual e municipal, pelo poder público ou iniciativa privada, foram analisados os dados secundários disponibilizados pela Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Económico da Paraíba, PBTUR e do Instituto Fecomércio de Pesquisas Económicas e Sociais da Paraíba – IFEP em parceria com o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas da Paraíba – SEBRAE-PB.

Para se ter uma noção referente a actividade turística no estado da Paraíba apresenta-se o quadro a seguir com um panorama geral sobre o turismo no Estado. Os dados foram dispostos de forma prática, de modo a facilitar uma percepção sobre o significado da actividade para o estado em termos económicos.

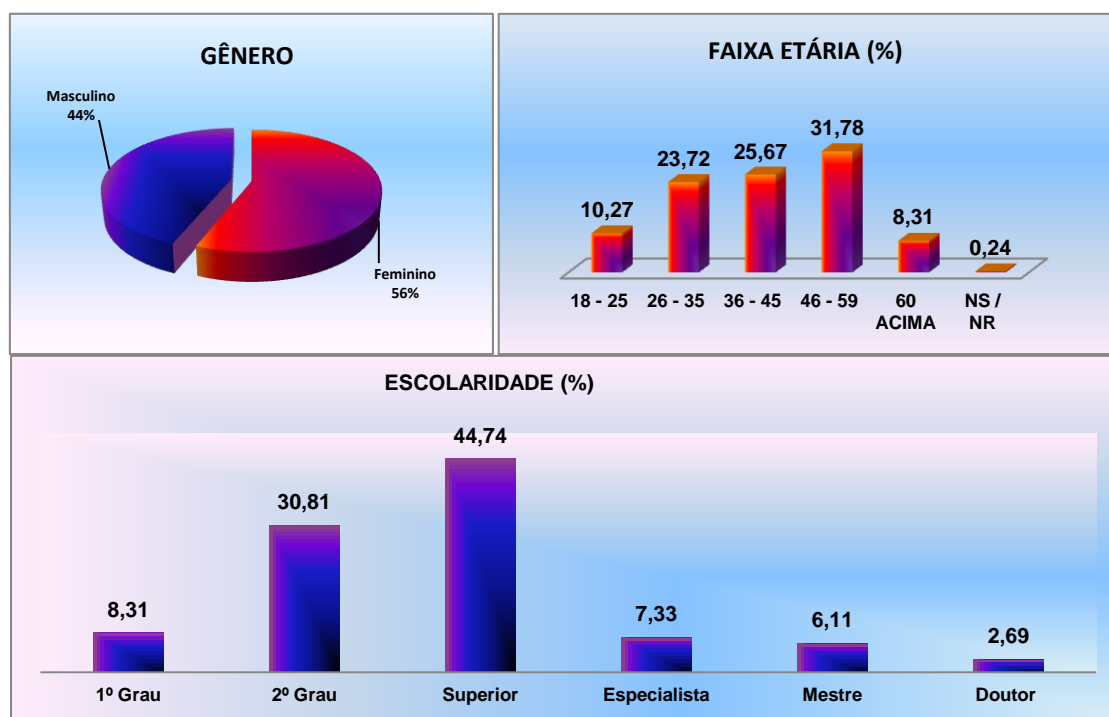
Tabela 4 : Cenário da Actividade Turística no Estado da Paraíba	
Número de visitantes (por ano)	1.096.000
Gasto Per Capta (R\$ por dia)	71
Faturamento (Milhões de R\$ por ano)	243
Estabelecimentos ligados ao turismo	1.551
Empregados da indústria do turismo	14.461
Participação do turismo no PIB do Estado (%)	3
Investimento na promoção do turismo (Milhões de R\$ por ano)	6
Participação da verba de fomento do turismo no orçamento do Estado (%)	0,23
Fonte: Anuário Exame 2007	

Referente aos dados do turismo na Região Metropolitana de João Pessoa procurando dimensionar a demanda e o fluxo turístico desta região, buscando fazer

posteriormente uma análise crítica sobre o crescimento observado e o que poderia ser feito para atingir um maior desenvolvimento do sector.

Referente aos turistas que visitaram a RMJP de acordo com a pesquisa realizada e os resultados expostos abaixo pode-se concluir que em sua maioria são do género feminino (56%), e a faixa etária mais representativa foi entre 46-59 anos (31,78%) seguidos de 36-45 anos (25,67%) e grande parte possui nível superior (44,74%), o que implica dizer que a maior parte dos turistas que visitam João Pessoa são adultos e com um bom nível de formação intelectual.

Gráfico 2: Gênero; Faixa Etária: Escolaridade



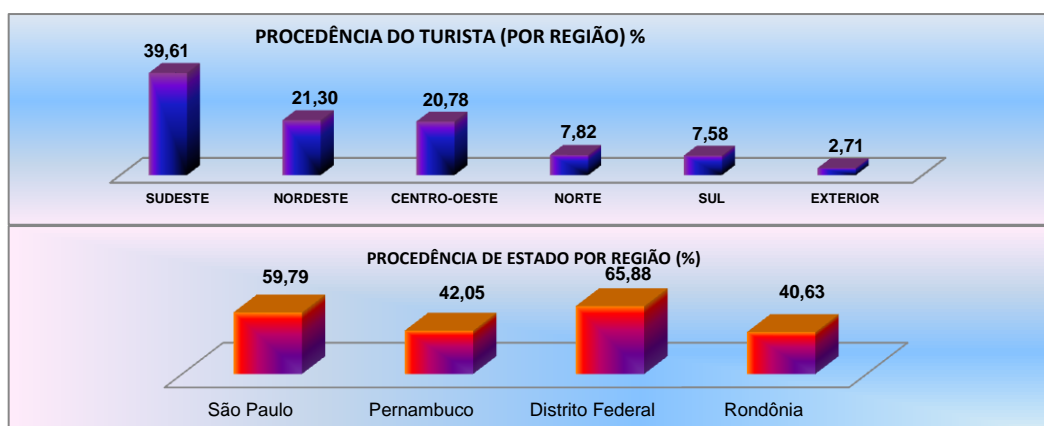
Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba – IFEP (2010/2011)

Quanto a procedência dos turistas, a maioria é originária da Região Sudeste (30,61%) e residente no estado de São Paulo (59,79%). A segunda região representando o maior fluxo de visitantes foi a própria Região Nordeste (21,30%), grande parte reside no estado vizinho de Pernambuco (42,05%), da Região Centro-oeste (20,78%) destacam-se os visitantes residentes no Distrito-Federal (65,88%), na

Região Norte (7,82%) provenientes principalmente do estado de Rondônia (40,63%), a Região Sul foi a que teve menor representatividade (7,58%).

Referente a turistas estrangeiros, o percentual de 2,71% é consideravelmente baixo, indicando um baixo fluxo, necessitando de uma maior divulgação do produto turístico João Pessoa no exterior.

Gráfico 3: Procedência do Turista (Por Região); Procedência de Estado (Por Região)



Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba – IFEP (2010/2011).

Tabela 5: Movimento Operacional de Passageiros Domésticos no Aeroporto Internacional Presidente Castro Pinto em João Pessoa – PB no Biênio 2009-2010.

ANO	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
2009	59.386	40.745	40.712	38.622	39.185	46.055	53.680	42.141	45.820	58.891	55.942	76.824	598.003
2010	91.636	74.214	71.870	66.876	60.572	76.094	84.842	74.522	77.116	76.114	73.979	102.587	930.422
%	54,3	82,1	76,5	73,2	54,6	65,2	58,1	76,8	68,3	29,2	32,2	33,5	55,5

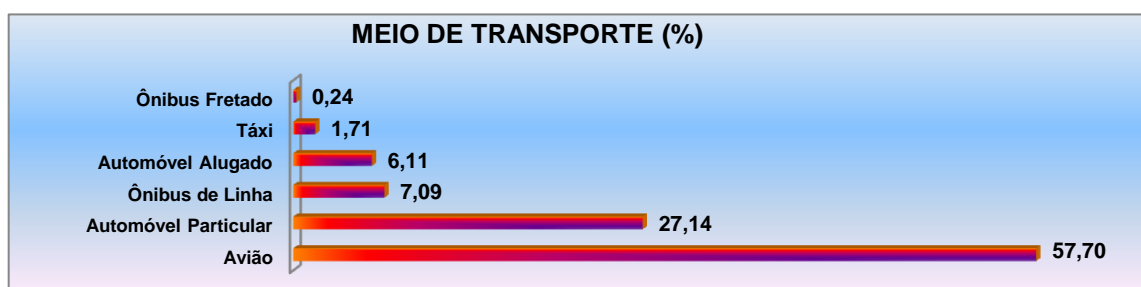
Fonte: INFRAERO.

Dados disponibilizados pela PBTUR informam que entre os anos de 2009-2010 o estado recebeu 9 voos fretados pela CVC. Segundo a INFRAERO (Empresa Brasileira de Infra-estrutura Aeroportuária), o Aeroporto Internacional Presidente Castro Pinto recebeu cerca de 930 mil passageiros domésticos em 2010, 332 mil a mais do que no ano de 2009. A INFRAERO também afirmou que o Aeroporto Internacional Presidente Castro Pinto foi o que representou maior taxa de crescimento entre as 27 capitais brasileiras, 55,55% no biênio 2009-2010, considerando todos os passageiros domésticos.

O aumento relacionado ao crescimento do número de voos e de passageiros é confirmado uma vez que a maioria dos turistas que chegaram a RMJP utilizaram o avião seguido do automóvel particular, o que confirma os dados obtidos pela procedência, onde os turistas provenientes de São Paulo normalmente chegam de avião devido a grande distância e os de Pernambuco de automóvel particular por serem estados vizinhos e as estradas estarem em ótimas condições.

Recentemente o aeroporto passou por reforma de ampliação e melhorias e as rodovias que ligam a Paraíba a Pernambuco e ao Rio Grande do Norte foram duplicadas, ambas as obras com recursos provenientes do PAC.

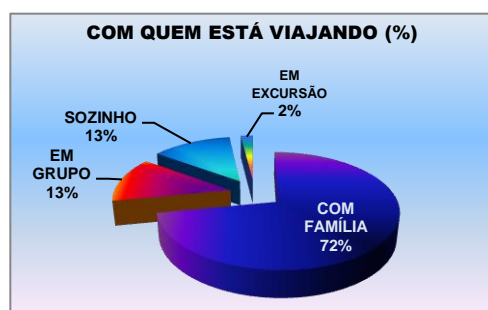
Gráfico 4: Meio de Transporte



Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba – IFEP (2010/2011).

A considerável maioria dos turistas que visitam a RMJP viajam com a família (72%), o que também pode se justificar pelo que foi visto anteriormente onde a maioria são adultos com nível superior de escolaridade.

Gráfico 5: Com Quem Está Viajando

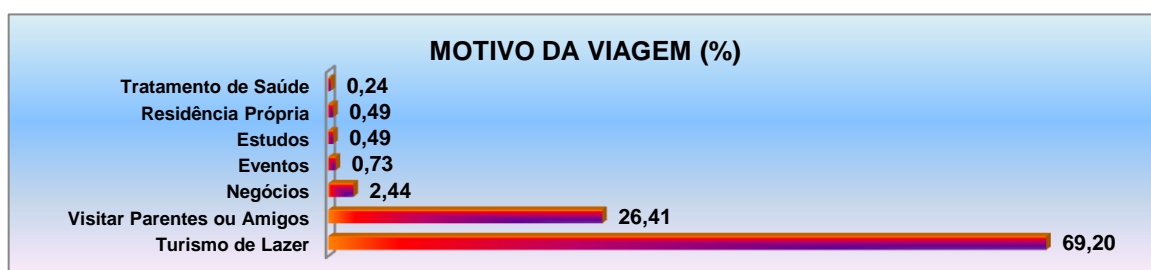


Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba – IFEP (2010/2011).

Outro factor considerado importante para uma análise do desempenho do sector do turismo na RMJP é detectar os motivos que levaram a escolha da região. A relevância dessas informações está em contribuir para o desenvolvimento do turismo através do planeamento que pode ser direccionado de acordo com as necessidades observadas, bem como para acções de *marketing* e divulgação da RMJP.

A maior motivação da viagem está no turismo de lazer (69,20%) seguido de visita a parentes ou amigos (26,41%), o seguimento de negócios (2,44%) e eventos (0,73%) possuem pouca representatividade e pode ser trabalhados principalmente nos períodos de baixa estação como alternativa para reduzir a sazonalidade.

Gráfico 6: Motivo da Viagem

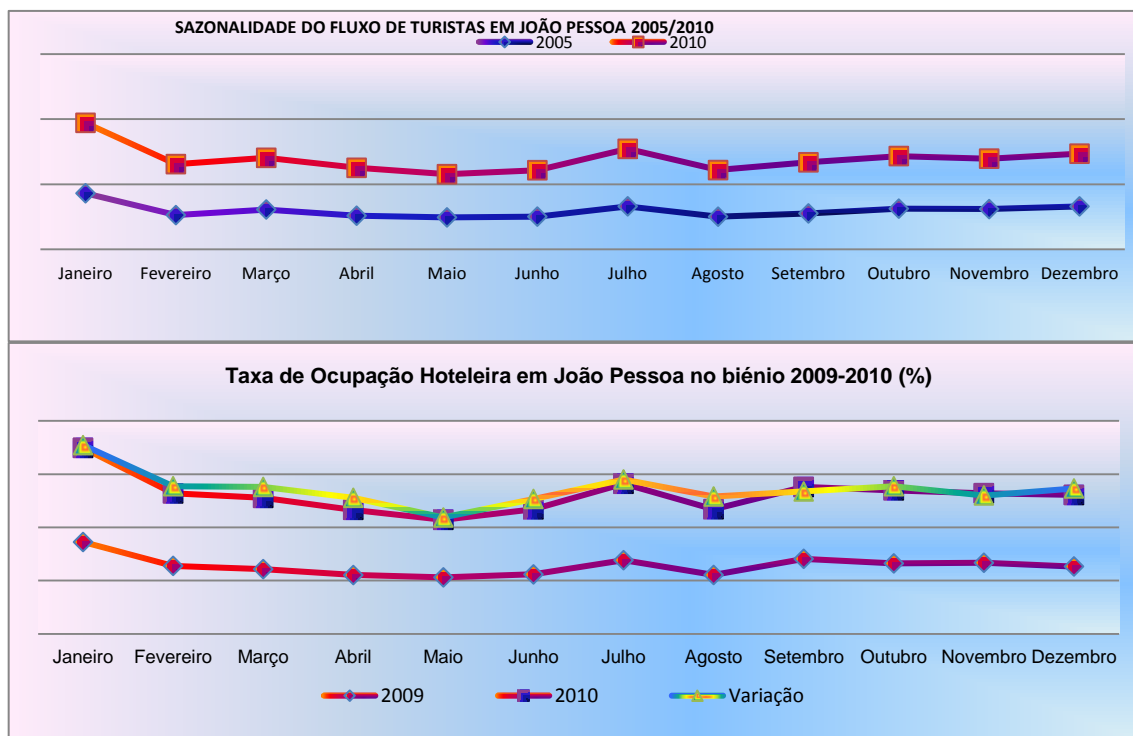


Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba – IFEP (2010/2011).

Os períodos que representam o menor fluxo de turistas em João Pessoa estão nos meses de Abril, Maio, Junho e Agosto, consequentemente por serem os meses onde há maior incidência de chuvas com excepção do mês de Julho que normalmente é período de férias.

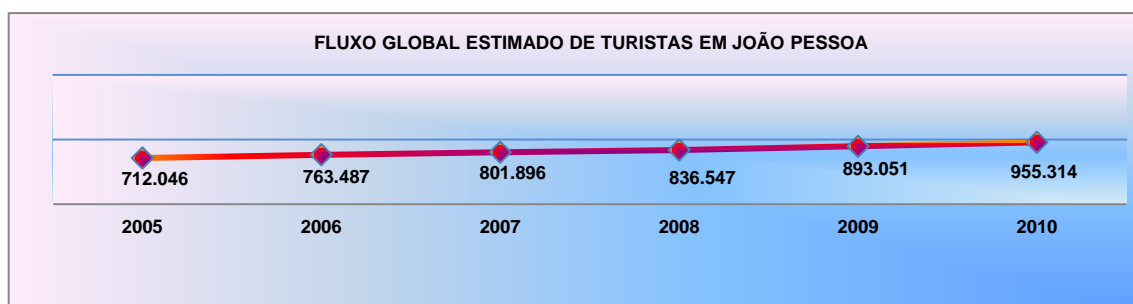
Outro factor bastante significativo para este estudo é o aumento do fluxo global de turistas estimado para a cidade de João Pessoa com um crescimento de 34,16%, pode-se dizer que o crescimento foi representativo, mais caso houvesse mais acções no intuito de divulgação da região no Brasil e no exterior e para a redução da sazonalidade este crescimento e com bases em um planeamento eficaz, este fluxo poderia ser bem mais elevado.

Gráfico 7: Sazonalidade do Fluxo de Turistas em João Pessoa 2005/2010; Taxa de Ocupação Hoteleira em João Pessoa no biênio 2009-2010



Fonte: PBTUR

Gráfico 8: Fluxo Global Estimado de Turistas em João Pessoa



Fonte: PBTUR

De acordo com o exposto na tabela 4, o Gasto Per Capta na Paraíba em 2007 é em torno de R\$ 71,00 (Dia), com base neste valor, o gráfico abaixo revela que o maior

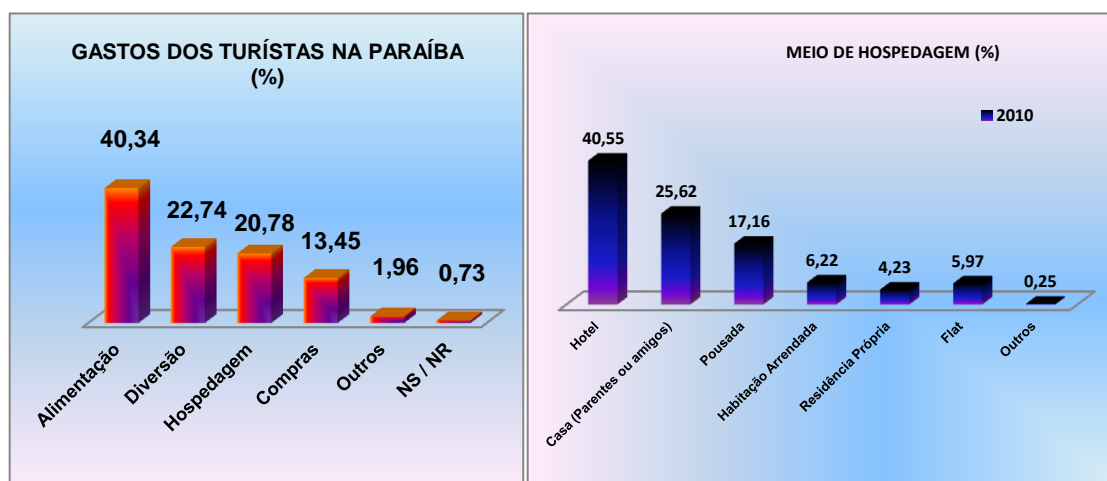
gasto é com alimentação (40,34%), seguido de diversão (22,74%) e hospedagem (20,78%). A questão referente ao maior gasto ser com alimentação e não com hospedagem justifica-se pelo facto de parte dos turistas se hospedar em casa de parentes ou amigos (25,62%).

Tabela 6: Número de Meios de Hospedagem na Cidade de João Pessoa – Março/2011

Meios de Hospedagem	Total	Participação
Pousada	39	42,85%
Hotel	37	40,66%
Flat	9	9,89%
Apart. Hotel	3	3,30%
Albergue	2	2,20%
Camping	1	1,10%
João Pessoa	91	100%
Fonte: DPTI/SETUR/PMJP.		
Obs.: O Brasil possui mais de 28 mil meios de hospedagem.		

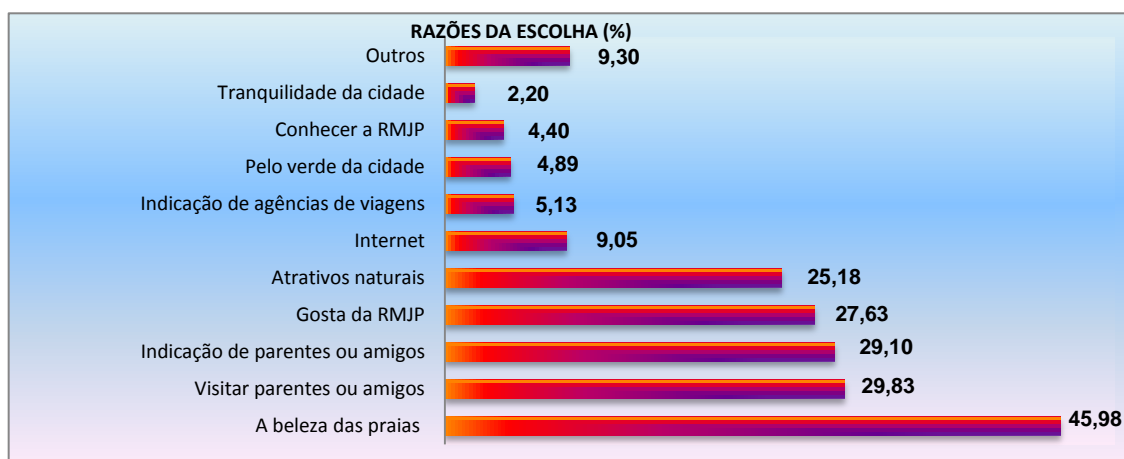
O quadro acima mostra que, em comparação ao Brasil o número de 91 meios de hospedagem no município de João Pessoa é considerado baixo, necessitando de maiores incentivos para a ampliação desse sector.

Gráfico 9: Gasto dos Turistas na Paraíba; Meio de Hospedagem



Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba – IFEP (2010/2011).

Gráfico 10: Razões da Escolha



Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba – IFEP (2010/2011).

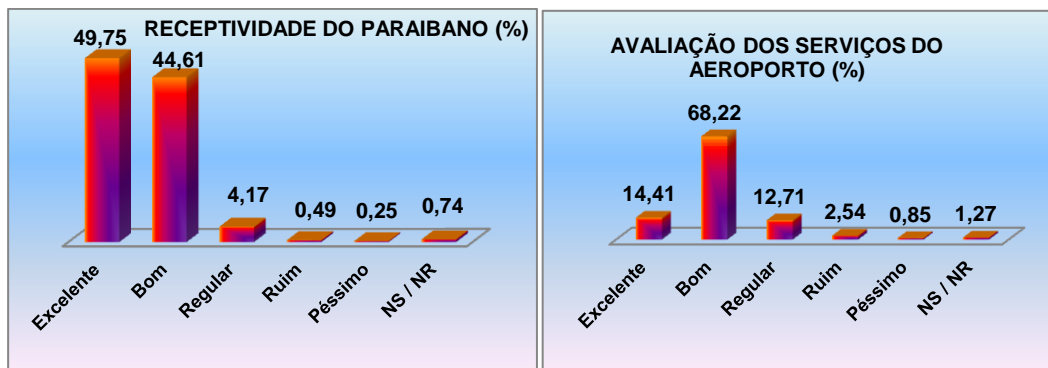
Referente as razões que levaram os turistas a escolherem a RMJP, a beleza das praias (45,98%) encontra-se em primeiro, levando-se a pensar que o turismo de sol e mar é um grande atractivo, seguido de visita (29,83%) e indicação (29,10%) de parentes e amigos. Vale salientar que a internet (9,05%) que é nos dias de hoje um grande divulgador de produtos turísticos e a indicação de agências de viagens (5,13%) ambos com pouca representatividade, demonstram que são necessárias mais acções de divulgação através destes meios, junto aos principais mercados emissores, regiões Sudeste e Nordeste, e também para atracção de mais turistas nas demais regiões e no exterior.

Quanto ao quesito referente a classificação dos serviços turísticos que compreendem um conjunto de actividades com a finalidade de facilitar o acesso e a utilização dos equipamentos turísticos. São estes elementos os responsáveis pelo nível de satisfação dos turistas, que tanto podem garantir o sucesso como o fracasso da viagem.

A classificação da receptividade do paraibano foi avaliada entre excelente (49,5%) e bom (44,61%) alcançado índices expressivos de satisfação. Já os serviços do Aeroporto Internacional Castro Pinto foram qualificados de forma mais eloquente

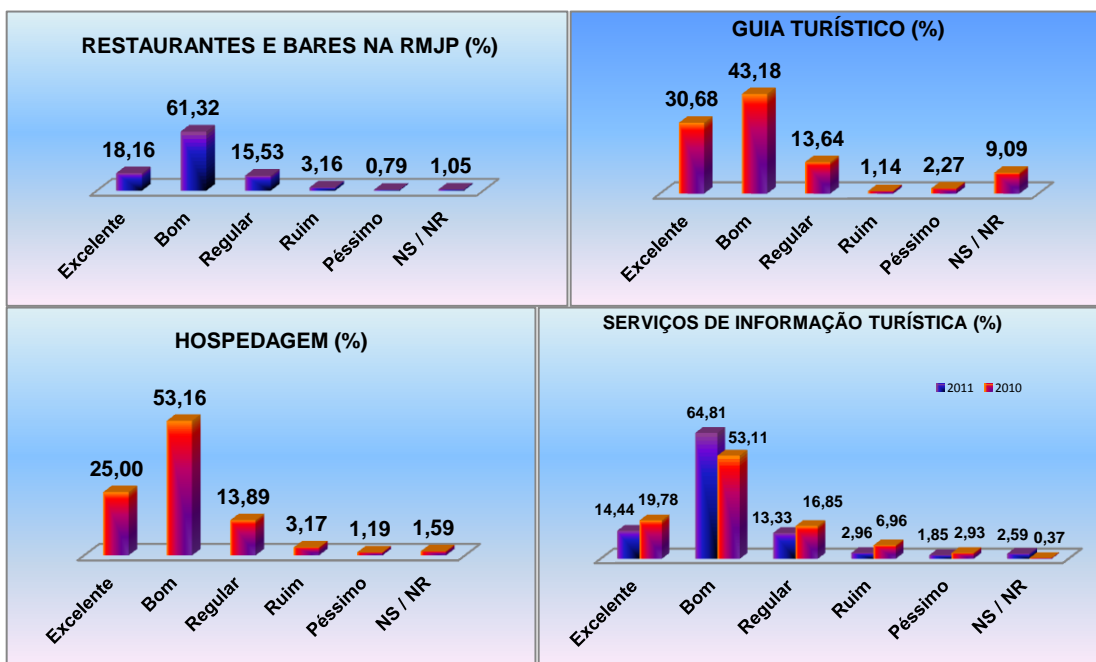
como excelente (14,41%), bom (68,22%) e regular (12,71%) sendo alegado como os principais motivos a demora no atendimento provocada consequentemente pelo facto de o aeroporto ser pequeno e não possuir capacidade para atender a um grande fluxo no período de alta estação.

Gráfico 11: Receptividade do Paraibano; Avaliação dos Serviços do Aeroporto



Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba – IFEP (2010/2011).

Gráfico 12: Restaurantes e Bares na RMJP; Guia Turístico; Hospedagem; Serviços de Informação Turística

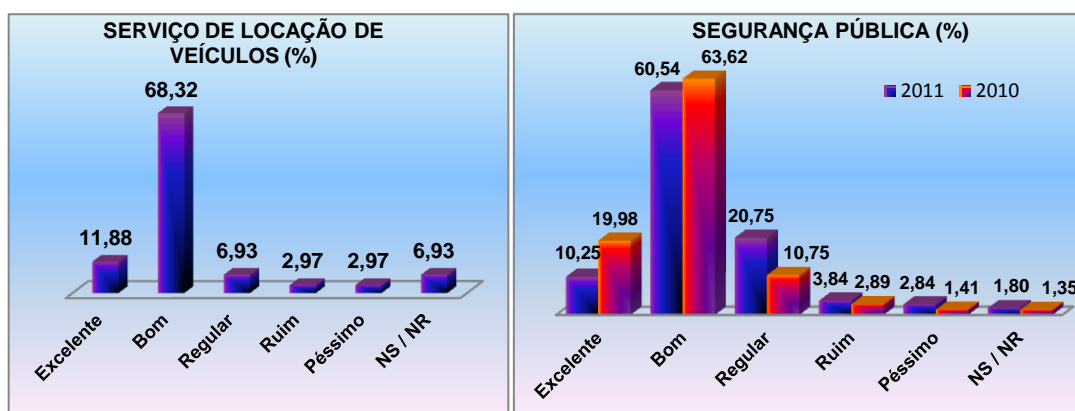


Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba – IFEP (2010/2011).

Referente aos outros tipos de serviços obtiveram todos a classificação excelente ou bom como Restaurantes e Bares na RMJP (79,48%), Guia Turístico (73,86%), Hospedagem (78,16%), Serviços de Informação Turística (79,26%).

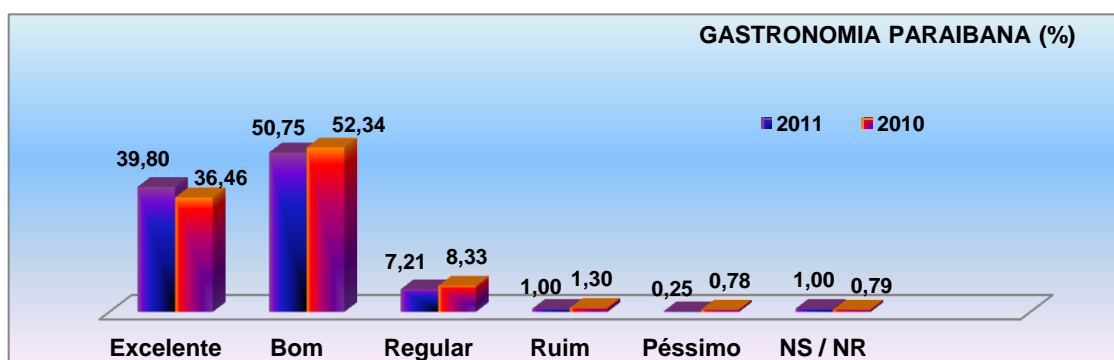
Igualmente com uma boa avaliação entre bom e excelente, estão os serviços de locação de veículos (80,20%) e um dos maiores problemas do Brasil que é a questão da segurança pública (70,79%) podendo ser até um diferencial na escolha dos visitantes.

Gráfico 13: Serviço de Locação de Veículos; Segurança Pública



Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba – IFEP (2010/2011).

Gráfico 14: Gastronomia Paraibana



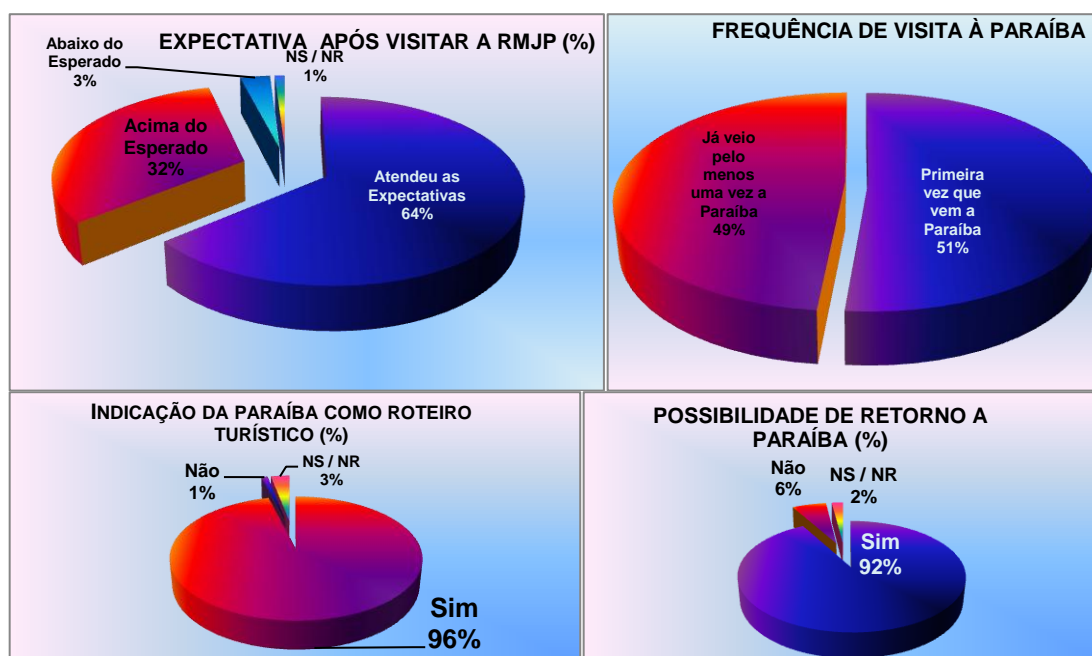
Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba – IFEP (2010/2011).

A gastronomia paraibana recebeu um percentual elevado também entre excelente e bom (90,55%), mais uma vez justificando o elevado gasto dos turistas com

alimentação o que também pode ser melhor aproveitado pelo *trade* turístico como mais um atractivo.

Entre todos os aspectos positivos que foram observados os mais expressivos estão em que um elevado percentual está retornando a Paraíba (49%) diferindo apenas em 2% dos que estão visitando o estado pela primeira vez. Outro bom resultado observado é quanto a expectativa após a visita a RMJP, onde grande parte dos entrevistados (64%) afirmou que atendeu as expectativas e também registou-se um percentual considerável em que as expectativas foram acima do esperado (32%). A indicação da Paraíba como roteiro turístico (92%) e a possibilidade de retorno (92%) foram avaliados de forma bastante positiva implicando que há uma grande receptividade por parte dos visitantes na avaliação dos produtos turísticos da RMJP.

Gráfico 15: Expectativa após Visitar a RMJP; Frequência de Visita à Paraíba; Indicação da Paraíba como Roteiro Turístico; Possibilidade de Retorno à Paraíba

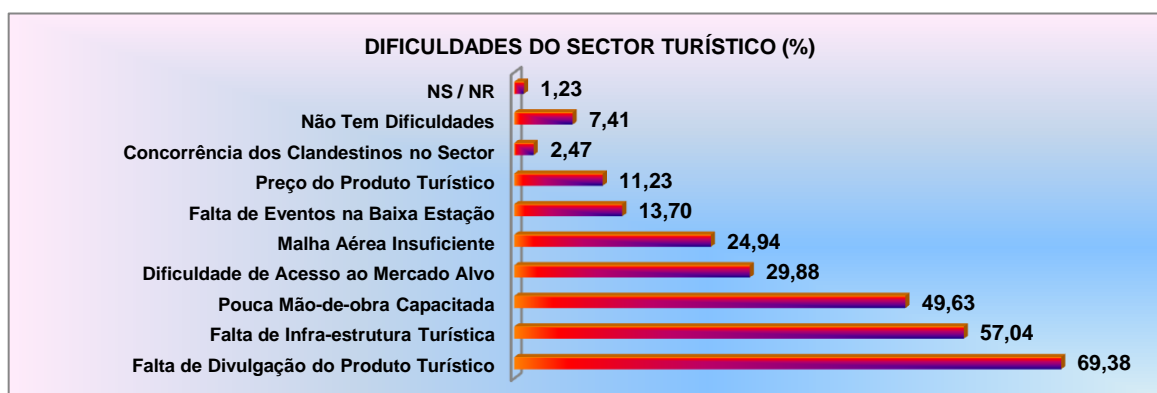


Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba – IFEP (2010/2011).

De acordo com a pesquisa, as maiores dificuldades encontradas pelo sector turístico estão principalmente na falta de divulgação do produto turístico (69,38%), falta de infra-estrutura turística (57,4%), pouca mão-de-obra capacitada (49,63%), dificuldade

de acesso ao mercado alvo (29,88%), malha aérea insuficiente (24,94%), entre outros com expressividade abaixo de 20% mas que também devem ser levados em consideração.

Gráfico 16: Dificuldades do Sector Turístico



Fonte: Instituto Fecomércio de Pesquisas da Paraíba – IFEP (2010/2011).

Tabela 7: Resultado Geral no Brasil, nas Capitais e em João Pessoa, 2010.

Dimensões	Brasil*	Capitais	João Pessoa
Total Geral	56,0	64,1	69,0
Infraestrutura Geral	65,8	74,3	83,1
Acesso	60,5	72,0	69,5
Serviços e Equipamentos Turísticos	50,8	63,3	64,2
Atrativos Turísticos	60,5	59,5	64,3
Marketing e Promoção do Destino	42,7	46,8	49,4
Políticas Públicas	55,2	61,5	68,7
Cooperação Regional	51,1	48,3	63,6
Monitoramento	35,3	42,6	70,7
Economia Local	59,5	70,7	62,9
Capacidade Empresarial	57,0	82,7	91,2
Aspectos Sociais	58,4	64,2	73,2
Aspectos Ambientais	65,6	71,3	70,8
Aspectos Culturais	55,9	64,1	62,1

Fonte: FGV, SEBRAE & MTur – índice de Competitividade do Turismo Nacional – 2010.
Nota: (*) O resultado Brasil reflete a amostra das 65 cidades analisadas.

O destino indutor João Pessoa, de acordo com estudo realizado pela Fundação Getúlio Vargas – FGV em parceria com o Ministério do Turismo e o SEBRAE Nacional sobre o Índice de competitividade do Turismo Nacional 2010, localiza-se no nível 4 com 70,7 pontos (são ao todo 5 níveis em uma escala que vai de 1 à 100),

obtendo uma óptima posição se comparada as outras capitais nas 13 dimensões conforme quatro abaixo.

7.6. Conclusão

Não restam dúvidas de que o estado da Paraíba possui um grande potencial para o desenvolvimento da actividade turística sendo necessárias acções efectivas por parte do Governo do Estado em parceria com as prefeituras municipais, a iniciativa privada e com a participação da comunidade para a realização de um planeamento que possa se tornar realidade como um compromisso assumido com o desenvolvimento do estado e não com partidos políticos.

Diante do exposto no capítulo se pôde observar que, apesar de não ter sido posto em prática até o fim, nenhum dos planos elaborados especificamente para o estado, a não ser as acções realizadas pelo PRODETUR – NE I e II. Através do Plano Nacional de Turismo e sua política de descentralização por meio do Plano de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil e dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento do Turismo, tendo o município de João Pessoa como o destino indutor do estado, houve um considerável crescimento da actividade.

Ainda há muito a ser feito, e um grande potencial a ser desenvolvido, porém é preciso haver uma maior mobilização para a realização de um planeamento específico que seja totalmente implementado e que a região possa se desenvolver turisticamente de forma sustentável.

Capítulo 8

Conclusão Final

8.1. Conclusão Final

A importância do planeamento começou a ser observada após a Segunda Guerra Mundial diante do crescimento desordenado das grandes cidades havendo a necessidade de ser realizado um planeamento urbano. Dando início a preocupação crescente com as questões do planeamento como forma de se obter um desenvolvimento organizado que permanece até os dias actuais especialmente referindo-se ao desenvolvimento da actividade turística e tudo o que ela proporciona.

No Brasil, a preocupação relacionada ao turismo desenvolveu-se lentamente passando efectivamente a ocorrer de forma mais significativa no século XX, decorrente dos inúmeros problemas políticos, sociais e económicos que ainda predominam no país.

Para o crescimento da actividade turística o planeamento tornou-se uma ferramenta indispensável para minimizar os impactos negativos e maximizar os impactos positivos mantendo uma constante preocupação com a sustentabilidade protegendo os recursos sociais e ambientais.

O turismo passou a ser levado realmente a sério no Brasil após a criação do Ministério do Turismo passando a elaborar políticas públicas estabelecendo directrizes a serem seguidas em todo o território nacional. As bases do planeamento e das políticas públicas voltadas para o desenvolvimento do sector turístico no Brasil estão em promover um planeamento de forma participativa e descentralizada. Os objectivos principais dos planos realizados actualmente no Brasil estão a questão da inclusão social e diminuição das desigualdades regionais, tendo como exemplo das políticas de gestão descentralizada do turismo estão dentro do Plano Nacional de Turismo o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil e os 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional transformando a visão da sociedade com relação ao crescimento do sector do turismo despertando seu interesse de participar.

Além dos problemas de âmbito nacional comuns a todas as regiões do país o estado da Paraíba está inserido na região considerada a menos desenvolvida e sendo também um dos estados mais pobres. Outro grave problema relacionado a Paraíba que impossibilita seu desenvolvimento está na descontinuidade administrativa constante no estado.

Nas ultimas décadas o turismo tem se mostrado uma alternativa estratégica prioritária para o desenvolvimento do estado, porém todas os planos e projectos que foram até hoje elaborados acabaram por não serem implementados em sua totalidade ou até mesmo nem chegarem a sair do papel decorrentes dos problemas de ordem política enfrentados pelo estado. Destacando o Plano Amanhecer que foi o plano melhor elaborado e que abrangia as potencialidades de todo o estado não chegando nem sequer a ser implantado devido a mudança de governo.

Apesar do grave problema político, com base nas acções descentralizadoras promovidas pelo plano nacional o estado da Paraíba, através do Programa de

Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil e em especial o Destino Indutor do Turismo no estado, a capital João Pessoa tem demonstrado bons resultados referente ao crescimento da actividade na sua Região Metropolitana.

Pesquisas realizadas pelos órgãos oficiais de turismo no estado demonstraram um aumento no fluxo de turistas, bem como um elevado nível de satisfação referente aos serviços e equipamentos disponibilizados pelo produto turístico João Pessoa que abrange toda a sua região metropolitana. Entre os maiores problemas apontados pelas pesquisa observados por este estudo estão a falta um planeamento realizado a partir de parcerias entre os sectores público, privado e com efectiva participação da comunidade local, falta de divulgação do estado nos principais destinos emissores e potenciais; melhorar a qualificação dos profissionais da área; ampliação da oferta de meios de hospedagem; melhoria e ampliação da infra-estrutura turística; captação de eventos de modo a reduzir a sazonalidade da actividade; preparar o aeroporto para que possa receber mais voos, entre outros inúmeros problemas que poderia ser referidos com base na pesquisa.

Algumas medidas já vem sendo tomadas por parte do *Convention Bureau* João Pessoa que tem realizado um trabalho no sentido de intensificar a participação em eventos nacionais e internacionais divulgando o destino e também atraindo eventos. Está sendo construído um Centro de Convenções com a inauguração da primeira parte prevista para 2012 tendo como objectivo desenvolver o turismo de eventos e negócios. Outras acções de planeamento vêm sendo realizadas pelo *trade* turístico local dentro dos programas nacionais para o crescimento do turismo no destino indutor João Pessoa no sentido de melhorar e ampliar a infra-estrutura e qualificar mão-de-obra, procurando tornar-se cada vez mais competitivo, capacitando os actores locais para a gestão do turismo através do planeamento estratégico fortalecendo a governança e ampliando a inter-relação entre os destinos com as regiões em que estão inseridos.

Diante do exposto no decorrer desse estudo vê-se a necessidade imediata de um planeamento turístico elaborado de acordo com as necessidades e buscando solucionar e minimizar os inúmeros problemas observados realizado de forma

participativa assumindo para com a sociedade o compromisso de continuidade em prol do desenvolvimento da actividade turística não apenas na Região Metropolitana de João Pessoa, mas no estado como um todo.

9. Referencias Bibliográficas

ALMEIDA, A., 2006, Planeamento Turístico para Pequenos e Médios Municípios – Estudo de Caso do Maranhão. Tese de Mestrado. Universidade de Aveiro – Portugal.

ALVIN, A. V. C., 2002, O Princípio da Continuidade Administrativa (eficiência) e o Papel dos Partidos Políticos de Oposição no Período Pré-eleitoral. Correio Brasiliense, Brasília, 17 Set. Direito & Justiça. Disponível em: http://www2.correioweb.com.br/cw/EDICAO_20020916/sup_dej_160902_1.htm . Acesso em: 02 de Janeiro de 2010.

ANDRADE, J. V., 1999, Turismo: Fundamentos e Dimensões. 6ª Ed. São Paulo: Ática.

ANDRADE, D. A. C. A.. 2007, A (in)Sustentabilidade do Turismo no Sertão da Paraíba: O Município de Coremas, “a terra das águas”, em Análise, 2007. Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente. Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.

ANUÁRIO EXAME., 2007, Turismo 2007/2008. São Paulo: Editora Abril.

AULICINO, M. P., 1997, Algumas Implicações da Exploração Turística dos Recursos Naturais. In: Turismo e Meio Ambiente: Reflexões e Propostas. São Paulo: Hucitec, 1997.

BADARÓ, R. A. L., 2003, O Direito do Turismo: História e Legislação no Exterior e no Brasil. Ed. Senac. São Paulo.

BANCO DO NORDESTE DO BRASIL S.A., 2010, PRODETUR/NE II: Apresentação. Fortaleza: Banco do Nordeste: 2002. Disponível em: http://www.bnb.gov.br/contenr/PRODETUR/prodetur_ne2/gerados/apresentacao.asp?idTR=prodetur . Acesso em: 19 de Setembro.

BANCO DO NORDESTE DO BRASIL S.A., 2005, Avaliação do PRODETUR I/PB. Fortaleza: Banco do Nordeste 2005a.

BANCO DO NORDESTE DO BRASIL S.A., 2005, Relatório Final de Projecto: PRODETUR/NE I. Fortaleza: Banco do Nordeste 2005b.

BARRETO, M., 1999, Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo. Coleção Turismo. Campinas: Ed. Papirus.

BARRETO, M., 2000, Turismo e Legado Cultural. 5ª ed. Campinas: Papirus (Coleção Turismo).

BENI, M. C., 2001, A Política do Turismo. In: TRIGO, L. G. G. (Org.) Turismo: Como Aprender, Como Ensinar. São Paulo: SENAC.

BENI, M. C., 2004, Turismo: da Economia de Serviços à Economia da Experiência. In: Turismo – Visão e Ação – vol. 6 nº 3, Set./Dez.

BENI, M. C., 2006, Política e Planejamento de Turismo no Brasil. São Paulo: Aleph.

BENI, M. C., 2006, Análise Estrutural do Turismo. São Paulo: ed. SENAC.

BEZERRA, D., 2003, Planejamento e Gestão em Turismo. Editora Roca: São Paulo.

BRASIL, Ministério do Turismo, 2003, Plano Nacional de Turismo: Diretrizes, Metas e Programas: 2003-2007. Brasília: [s.n.].

BRASIL, Ministério do Turismo, 2007, Plano Nacional de Turismo: Diretrizes, Metas e Programas: 2007-2010. Brasília: [s.n.].

BRASIL, 2004, Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, Brasília.

CAZES, G., 1999, Turismo e Subdesenvolvimento: tendências recentes. In: RODRIGUES A. B. (Org.). Turismo e Geografia: Reflexões Teóricas e Enfoques Regionais. São Paulo: Hucitec.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A., 2002, Metodologia Científica. 5ª ed. São Paulo: Prentice Hall.

CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A., 2003, Planejamento Estratégico: Fundamentos e Aplicações. Rio de Janeiro: Elsevier.

COOPER, C., FLETCHER, J. WANHILL, S. & GILBERT, D. 2001. Turismo: Princípios e Prática. ed. Bookmann, Porto Alegre, Brasil.

CORIOLOANO, L. N. M. T., 1998, Do Local ao Global. O Turismo Litorâneo Cearense. Campinas: Papirus.

CORIOLOANO, L. N. M. T., SILVA, S. C. B. M., 2005, Turismo e Geografia: Abordagens Críticas. Fortaleza: Ed. UECE.

CORIOLOANO, L. N. M. T., 2006, O Turismo nos Discursos, nas Políticas e no Combate à Pobreza. Annablume: São Paulo.

COSTA, C., 2001, O Papel dos Sectores Público e Privado na Implementação de Projectos Estruturantes Regionais (PITER) uma Proposta de Metodologia.

CRUZ, R. C., 2000, Política de Turismo e Território. São Paulo: Contexto.

DENCKER, A. F. M., 1998, Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo. São Paulo: Futura.

DENCKER, A. F. M., 2000, Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo, Editora Futura, São Paulo.

DIAS, R., 2003, Planejamento do Turismo – Política e Desenvolvimento do Turismo no Brasil, Ed. Atlas, São Paulo.

DIAS, R., 2003, Turismo Sustentável e Meio Ambiente, Ed. Atlas, São Paulo.

DIAS, R., 2005, Introdução ao turismo. São Paulo: Atlas.

DRUKER, P. F., 2001, O Melhor de Peter Druker à Administração. Tradução de Arlete Simille Marques. São Paulo: Nobel.

ENDRES, A. V., 2002, Mudanças na Condução Política do Estado e seus Reflexos nas Políticas Públicas de Turismo: Uma Análise do Programa Nacional de Municipalização do Turismo. In: SOUZA, M. J. (Org.) Políticas Públicas e o Lugar do Turismo. Brasília: Departamento de Geografia da UNB/Ministério do Meio Ambiente.

FALCÃO, S. M., 2004, Evolução da Paisagem na Orla de Cabedelo em Decorência da Dinâmica da Ocupação da Área e dos Conflitos de Uso. Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente. Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.

FRATUCCI, A. C., 2007, Os Processos de Turistificação do Espaço e a Actuação dos seus Agentes Produtores. In: X Encontro Nacional de Turismo com Base Local. Identidade Cultura e Desenvolvimento Local. João Pessoa, 2007. V. I. pp. 467 a 478.

GAZETA MERCANTIL., 1999, Análise Sectorial: A Indústria Hoteleira – Vol1. São Paulo.

GIL, A. C., 1999, Métodos e Técnicas da Pesquisa Social. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, A. C., 2002, Como Elaborar um Projeto de Pesquisa. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GODOY, A. S., 1995, Pesquisa Qualitativa: Tipos Fundamentais. Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v.35, n.3, p.20-29, mai/jun.

GOVERNO DA PARAÍBA. Notícias: A Paraíba está Inserida no Roteiro Turístico Nacional. Disponível em:

http://www.portal.paraiba.pb.gov.br/index.php?option=com_content&task=view&id=195a&Itemid=2 . Acesso em: 15 de Novembro de 2010.

HALL, C. M., 2001, Planejamento Turístico: Políticas, Processos e Relacionamentos. São Paulo: Contexto.

IGNARRA, L. R., 1991, Planejamento Turístico Municipal – Um Modelo Brasileiro, São Paulo.

IGNARRA, L. R., 2003, Fundamentos do Turismo. São Paulo: Ed. Pioneira.

INSKEEP, E., 1991, Tourism Planning . An Integrated Planning and Development Approach, Van Nostrand Reinhold.

IBGE, 2007, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Economia do Turismo: Análise das Actividades Características do Turismo 2003. Rio de Janeiro: IBGE.

IBGE., 2010, Cidades. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/default.php>. Acesso em: 29 de Setembro de 2010.

IBGE, 2010, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo 2010. Disponível em: http://www.censo2010.ibge.gov.br/resultados_do_censo2010.php . Consulta efectuada em 18 de Agosto de 2011.

INFRAERO, 2011, Estatísticas, Disponível em: <http://www.infraero.gov.br/index.php/br/estatistica-dos-aeroportos.html> . Acesso em 27 de Junho de 2011.

INSTITUTO FECOMÉRCIO DE PESQUISAS DA PARAIBA – IFEP., 2011, Disponível em: <http://www.fecomercio-pb.com.br> . Acesso em 13 de Julho de 2011.

JÚMOR, F. S. F., 2000, A Dinâmica e o Desenvolvimento do Sector Turístico Brasileiro na Década de 90. Monografia. UFPB. Campina Grande,PB: 2000.

KANTER, A.; RUESCH, A., 2003, O Planejamento como Ferramenta deDesenvolvimento de Destinos, 1ª Semana de Imersão em Planejamento e Gestão do Turismo.

KOTLER, P., 2000, Administração de Marketing: a edição do novo milénio. São Paulo: Prentice Hall.

LACOMBE, F. J. M.; HELBORN, G., 2003, Administração: Princípios e Tendências. São Paulo: Saraiva.

LAGE, B. e MILONE, P. C., 2000, (Org.). Turismo: Teoria e Prática. São Paulo: Atlas.

LAGE, B. H. G. e MILONE, P. C., 2001, Economia do Turismo. São Paulo: Atlas.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A., 2001, Fundamentos de Metodologia Científica. São Paulo: Atlas.

LEAL, W., 2001, O Real e o Virtual no Turismo da Paraíba. Gráfica Arpoador: João Pessoa.

LEFF, E., 2001, Saber Ambiental – Sustentabilidade, Racionalidade, Complexidade e Poder. 3ª ed. Petrópolis: ed. Vozes.

LOPES, C. T. G., 1990, Planejamento, Estado e Crescimento. São Paulo: Pioneira.

MARQUES, M. e BISSOLI, A., 2000, Planejamento Turístico Municipal com Suporte em Sistemas de Informação. Editora Futura: São Paulo, 2000.

MARTINS, J., 2002, A Sociedade Vista do Abismo: Novos Estudos Sobre Exclusão Pobreza e Classes Sociais. Petrópolis: Vozes.

MAIA, L. F. S., 2004, Políticas Públicas e Identidade Cultural: um Binômio Significativo na Construção de uma Intervenção no Turismo Local. In: BARBOSA, A. D.; BRITO, B. C. et al (Org.) Turismo: Cultura, Lazer e possibilidades de Intervenção. Natal/RN: Gráfica do Bando do Nordeste.

MCINTOSH, R. e GUPTA, S., 1993, Turismo – Planeación administración y Perspectivas. Cidade do México: Limusa Noriega Editores.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE – Relatório Nacional Para a Conservação da Diversidade Biológica (1998). Disponível em: <http://www.mma.gov.br/port/sbf/chm/relato.html> . Acesso em 20 de Abril de 2008.

MTur: MINISTÉRIO DO TURISMO., 2005, Turismo Sustentável e Alívio da Pobreza no Brasil: Reflexões e Perspectivas. Brasília: Ministério do Turismo.

MTur: MINISTÉRIO DO TURISMO. Dados e Fatos. Site Institucional do MTur. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br> . Acesso em 25 de Junho de 2011.

MOLINA, S.; RODRIGUEZ, S. A., 1987, Planificación Integral del Turismo – un Enfoque para Latinoamérica. Cidade do México: Editora Trilhas.

MOLINA, S. RODRÍGUEZ, S., 2001, Planejamento Integral do Turismo – Um Enfoque para a América Latina, Trad. Carlos Valero, EDUSC, São Paulo.

OLIVEIRA, A., 2002, Turismo e Desenvolvimento – Planejamento e Organização. Editora Atlas: São Paulo.

OLIVEIRA, D. P. R., 1993, Planejamento Estratégico: Conceitos, Metodologia e Práticas. 7ª ed. rev. aum. São Paulo: Atlas.

OLIVEIRA, D. P. R., 2001, Estratégia Empresarial e Vantagem Competitiva: Como Estabelecer Implementar e Avaliar. 3. ed. São Paulo: Atlas.

OMT – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO., 1996, Agenda 21 for the Travel & Tourism Industry. Madri: OMT.

OMT – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO., 1999, Código Mundial de Ética do Turismo. Madrid: OMT.

OMT – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO., 2005, Making Tourism more Sustainable: A Guide for Policy Makers. Madid: OMT.

OMT – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO., 2006, Tourism Highlights 2006 Edition. Madrid: OMT.

PÁDUA, M. T. J., 2002, Unidades de Conservação: Muito mais do que Atos de Criação e Planos de Manejo. In: MILANO; M. S. (Org.) Unidades de Conservação

Atualidades e Tendências. (pp. 7-13). Curitiba: Fundação O Boticário de Proteção à Natureza.

PARAÍBA, 1999, Governo do Estado. Plano Amanhecer – Planejamento de desenvolvimeto Turístico do Estado da Paraíba. João Pessoa: PBTUR.

PBTUR., 2000, Plano Operacional – Plano Amanhecer, Paraíba. João Pessoa: PBTUR.

PBTUR., 2001, Termo de Referência do Desenvolvimento Institucional PRODETUR II, da Empresa Paraíbana de Turismo – PBTUR. João Pessoa, 2001.

PBTUR, 2011, CADASTUR – Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos. Disponível em: qualitur@pbtur.pb.gov.br .

PCTS., 2004, Manual de Boas Práticas: Aspectos Ambientais Relacionados ao Turismo Sustentável. Disponível em: http://www.pcts.org.br/pubpcts/media/Manual_BP_Ambiental.pdf . Acesso em: 20 de Agosto de 2010.

PEDRO, A., 1988, História Geral. São Paulo – SP: FTD.

PETROCCHI, M., 2001, Gestão de Pólos Turísticos. Editora Futura: São Paulo.

PIRES, M. J., 2002, Raízes do Turismo no Brasil: hóspedes, hospedeiros e viajantes no século XIX. 2ª ed. São Paulo: Ed. Manolle.

PLANO NACIONAL DO TURISMO., 2003. Diretrizes, Metas e Programas 2003-2007. Disponível em: <http://www.lib.texas.edu/benson/lagovdocs/brazil/federal/turismo/turplanoNacionalPortugues2003-2007.pdf>

PRODETUR/NE., 2005, Relatório Final do Projeto (Primeira Fase). Banco do Nordeste do Brasil, Dez.. Disponível em:

http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/prodetur/downloads/docs/docum_9_pcr_i.pdf

. Acesso em 20 de Junho de 2010.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO – PNUD, 2010, Disponível em <http://www.pnud.org.br> . Acesso em 18 de Setembro 2010.

REJOWSKI, M., 2002, (Org.) Turismo no Percurso do Tempo. São Paulo: Ed. Aleph.

RIBEIRO, D., 1995, O Povo Brasileiro: A Formação e o Sentido de Brasil. 2ª ed. São Paulo: Companhia das Letras.

RUSCHMANN, D., 1997, Turismo e Planejamento Sustentável: A proteção do Meio Ambiente. Campinas, São Paulo.

SANT' ANNA, D.; OLIVEIRA, M. e BERENSTEIN, S., 2001, Gestão Participativa para um Turismo Sustentável. Secretária de Cultura e Turismo, Salvador.

SILVA, C. J. R., 2005, Marketing Estratégico de Lugares. In: TRIGO, L. G. G., (Org.) ,Análises Regionais e Globais do Turismo Brasileiro. São Paulo, Roca.

SETDE – Secretaria de Turismo e Desenvolvimento Económico do Estado da Paraíba, 2011, Gabinete do Turismo. João Pessoa-PB.

TRIGO, L. G. G.; NETTO, A., 2003, Reflexões sobre um novo Turismo, Política, Ciência e Sociedade. 2ª ed. São Paulo: Aleph.

VIDAL, F., 2007, Do Tambaú ao Garden: A História Moderna do Turismo na Paraíba. João Pessoa: Imprell.

Sites:

Apresentação *workshop* de *marketing* de destinos turísticos. Disponível em: <http://www.marketingdestivos.turismo.gov.br> . Acesso em 05 de Julho de 2011.

Visão Aérea da Orla de João Pessoa. Disponível em: <http://www.skycrapercity.com/showthread.php?t=19550> .Acesso em 15 de Outubro de 2011.

Mapa da Regionalização do Turismo. Disponível em: <http://www.marcabrasil.org.br/docs/mapa.pdf> . Acesso em 15 de Outubro de 2011.

Mapa da Paraíba. Disponível em: <http://www.guianet.com.br/pb/mapapb.htm> . Acesso em 25 de Outubro de 2011.